

مركز دراسات الوحدة العربية

فضاء التواصل الاجتماعي العربي

جماعاته المتخيَّلة وخطابه المعرفي

حسن مظفر الرزو

فضاء التواصل الاجتماعي العربي

جماعاته المتخيَّلة وخطابه المعرفي

الفهرسة أثناء النشر - إعداد مركز دراسات الوحدة العربية

الرزو، حسن مظفر

فضاء التواصل الاجتماعي العربي: جماعاته المتخيلة وخطابه المعرفي/حسن مظفر الرزو.

٢٣٩ ص.

ببليوغرافية: ص ٢٢٥ ـ ٢٣٤.

يشتمل على فهرس.

ISBN 978-9953-82-753-7

١. الفضاء المعلوماتي ـ البلدان العربية. ٢. الانترنت ـ البلدان العربية.

٣. مجتمع المعرفة ـ البلدان العربية. أ. العنوان.

004.678

العنوان بالإنكليزية

Arab Social Networking Space:
Its Imagined Groups and Cognitive Discourses

By Hasan M. Al-Rizzo

الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبّر بالضرورة
عن اتجاهات يتبناها مركز دراسات الوحدة العربية

مركز دراسات الوحدة العربية

بناية «بيت النهضة»، شارع البصرة، ص.ب: ٦٠٠١ ـ ١١٣

الحمراء ـ بيروت ٢٠٣٤ ٢٤٠٧ ـ لبنان

تلفون: ٧٥٠٠٨٤ ـ ٧٥٠٠٨٥ ـ ٧٥٠٠٨٦ ـ ٧٥٠٠٨٧ (٩٦١١+)

برقياً: «مرعربي» ـ بيروت

فاكس: ٧٥٠٠٨٨ (٩٦١١+)

email: info@caus.org.lb

الطبعة الأولى

بيروت، آذار/مارس ٢٠١٦

إهداء

إلى أخوتي ...

حسين، وحسان، وحسنين

إنهم صلاتي، وعقد وصل رهيفة،

تناغمت مع نسيج حياتي، فأورقت ...

المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

خلاصة الكتاب

أولاً: فضاء التواصل العربي ـ البديل

«أنا أتواصل إذاً أنا موجود» هكذا أضحت عبارة الكوجيتو الوجودي التي تعبّر عن الخطاطة البديلة التي جاءت بها تقنيات المعلومات والاتصالات، فنسخت الكوجيتو الديكارتي الذي بقي مهيمناً على تفسير الخطاطة الوجودية لبضعة قرون بعد أن ربط الحضور الإنساني بممارسة عمليات الفكر والسجال الفلسفي.

لقد اكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدي نحو فضاء المعلومات المتخيّل، وعاصرْنا انتقالين على مستوى التركيبة المجتمعاتية من المجتمع التقليدي نحو مجتمع المعلومات، ثم إلى مجتمع المعرفة خلال بُعد زمني يكاد لا يقارَن بالحقب الزمنية التي استغرقتها الإنسانية في التحول من مجتمع الزراعة نحو مجتمع الصناعة.

وبدأت خطاطاتنا المعرفية تتعرض لأكثر من تعديل، وتوجَّهنا من المادي نحو المتخيّل، وبدأ فضاء المعلومات يتسلل إلى نسيج مجتمعاتنا بسرعة غير مسبوقة، وبلا سابق إنذار. فتحوّل الحاسب من آلة معالجات حسابية سريعة، إلى ماكينة تمتلك آلة استدلال محوسب، وبدأ باصطناع عوالم افتراضية، مشحونة بالمؤثرات المرئية التي جعلتنا نؤْثر الإقامة في بيئتها المتخيَّلة، ونبدأ بنقل أدواتنا، ونسيج حياتنا اليومية إلى فضائها الذي يخلو من قوى الاحتكاك والممانعة الزمكانية التي اتسم بها واقعنا اليومي.

فأصبحنا نزاول حياتين إحداهما التصقت بتفاصيل حياتنا التقليدية ومفرداتها المادية، وأخرى متخيّلة توفر لنا فرصة اصطناع الكثير من عناصرها، ونقفز من فوق المكان، ونخترق حاجز الزمن لنبلغ أقاصي الدنيا، من دون أن نفارق واجهة الحاسب المحدودة.

وكان لولادة منصات الشبكات الاجتماعية، التي التحق بها موقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك)، وموقع التغريدات الرقمية (تويتر)، وشيوع استخدام المدوَّنات الرقمية، وتكاثُر

المنتديات الرقمية بمختلف فئاتها، دور مهم في جذب المستخدمين إلى بيئة جديدة، لم تلبث أن تتكامل في إنتاج فضاء تواصلي من نمط جديد، شدّ المستخدمين إليه بقوة، وأسهم في تشكيل مجاميع تطورت بالتحول نحو تشكيل جماعات متخيّلة استوطنت شيئاً فشيئاً في الفضاء الجديد، وتطاولت مدة لبثها فيه.

وقد أقبل المواطن العربي بلهفة على فضاء التواصل الرقمي، وأصبح عضواً فاعلاً في تركيبته التواصلية والمجتمعاتية، وبدأت مجاميع المتواصلين ـ العرب، بالتشكّل، ثم ما لبثت أن تكتَّلت، وتوسَّعت دائرة حضورها الرقمي لتؤلف جماعات متخيّلة، متنوعة الاهتمامات، والاتجاهات؛ وأسهمت، إلى حد كبير، في بروز نمط جديد من أنماط القولبة الاجتماعية في إطارين: فكري؛ ونفسي؛ داخل أسوار نهج أو نزعة محددة، ثم تحوّلت إلى سمة، وبصمة راسخة في وعي أفرادها، نتيجة تعمُّق أواصر التواصل والتفاعل الحميم بين الأفراد، وميلهم نحو الإفصاح عن المفاهيم، والآراء، وسعيهم الدائم إلى تقاسم المعارف والخبرات فيما بينهم.

من أجل هذا، حاولنا في هذه الدراسة استكشاف ديمُغرافية الفضاء التواصلي العربي، والتنقير في تربته عن بذور المفردات المعرفية التي باشر بغرسها المستخدمون العرب، وتولّوا رعايتها للوقوف على طبيعة هذه العناصر، وتتبُّع مسارات الخطاب العربي المعاصر في فضاء الإنترنت ومنصات تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، لتحديد مدى ثراء مادة هذا المحتوى الجديد، والكشف عن طبيعة الفرص التي ستتوافر أمامنا لاستثمار بصمات، ونتاج، الحضور العربي المتنامي في البيئة الرقمية، وتحويل مساراته باتجاه تشكيل بيئة معرفية عربية، قادرة على توظيف المحتوى المطروح في: مواقع الويب، والمدوّنات الرقمية، وبيئة ويكي التعاونية، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وغرف الدردشة، وغيرها من التطبيقات التي تنفتح على الآخرين للتعاون في إنتاج مادة معرفية خصبة.

ثانياً: نسيج التواصل الاجتماعي العربي

تتألف البيئة الاتصالية التي يسافر خلالها الفيض التواصلي الرقمي من العمود الفقاري للبنية التحتية الذي ترتكز إليه أدوات المعلومات والاتصالات، وبمختلف مستويات معماريتها الاتصالية. ويتحدد مقدار الفرص الرقمية التي يمكن أن يستثمرها المستخدم المعاصر من الخدمات المعلوماتية المطروحة في محيطه المعلوماتي، بمستوى الجاهزية الإلكترونية الذي تتمتع به أدوات الاتصال والتواصل الرقمي المتوافرة في هذه البيئة.

ورغم القناعة التي ترسخت لدى صُنّاع القرار بالوطن العربي بطبيعة الدور الحاسم الذي يمكن أن تمارسه هذه الأدوات في إعادة تشكيل عناصر الواقع، وترسيخ مرتكزات التنمية، وتطوير قدرات المجتمع، وسعيهم الدائم إلى تطوير حضورها في مجتمع المعلومات ـ العربي المعاصر، إلا أن ما يمكن أن تلمسه على أرض الواقع الرقمي، هو أن جل البلدان العربية ما زالت تعاني أفول القدرات المعلوماتية والاتصالية عن ساحة بيئتها الرقمية، نتيجة جملة من الظروف التي تفرزها

بيئاتها المحلية. فتترجح الأسباب بين عدم كفاية الموارد المالية، أو عدم رسوخ الاستقرار الأمني والسياسي، أو غياب استراتيجية وطنية، واضحة المعالم، قادرة على توجيه مسارات الخطط التنموية بهذا القطاع الحيوي نحو الاتجاه الأمثل، أو عدم تكامل برامج بناء قدرات مواردنا البشرية مع الفرص التي يمكن أن توفرها هذه الأدوات الفريدة لمن أحسن استخدامها بنهج رشيد.

لما كانت أدوات المعلومات والاتصالات تعد البوابة الطرفية للدخول إلى الفضاء الرقمي الاتصالي، فإن وفرتها، وارتفاع مستويات حضورها سيسهمان في زيادة الفرصة أمام المزيد من المواطنين العرب للدخول إلى الفضاء الاتصالي، والمشاركة بأنشطته التواصلية المختلفة. ويُظهر الجدول الرقم (١) أهم خصائص أدوات البيئة الاتصالية وفضائها الرقمي في عموم الوطن العربي، مع دليل استخدام المعلومات والاتصالات في كل بلد من بلدانه.

بصورة عامة، يستخدم دليل استخدام أدوات المعلومات والاتصالات[١] في بيان وتقييم مستويات حضور أدوات المعلومات والاتصالات في البيئة الوطنية. وتعتمد قيمة هذا المؤشر على مجموعة من المتغيرات التي ترتبط بمستوى حضور أدوات الاتصال (الهواتف الثابتة، والمحمولة)، وأدوات المعلومات (الحواسيب، والحواسيب اللوحية) ونسب تغلغلها في المجتمع.

ويبدو واضحاً أن البلدان العربية الغنية تتمتع بفرصة ازدياد نسبة حضور أدوات المعلومات والاتصالات في بيئتها الرقمية، ووفرة الحواسب لدى مواطنيها. كما يسمح الدخل المرتفع، وتوافر بنية تحتية جيدة لديها، بمنح طبقة عريضة من المجتمع فرصة الدخول إلى البيئة الرقمية، وتوظيف المزيد من التطبيقات الرقمية، مقارنةً بالبلدان العربية التي لا تتمتع ببيئة اقتصادية نشطة.

ولا يُعَدُّ هذا الأمر قاعدة صحيحة على الدوام، فهناك استثناءات ترسخها رغبة المواطن العربي، في بلدان أخرى، على استثمار كل ما لديه لاقتناء أدوات المعلومات والاتصالات لضمان فرصة الدخول إلى البيئة الرقمية، الأمر الذي يرقى ببعض البلدان العربية التي لا تتمتع بثراء كبير أن تتفوق على دول عربية أكثر منها ثراءً (انظر مثلاً الأردن، والمغرب، وتونس مقارنةً بدول مثل العراق، والجزائر). وتُعَدُّ الحواسب المحمولة من أكثر أدوات المعلومات استخداماً للولوج إلى فضاء المعلومات بوطننا العربي. فتبلغ نسبة وفرتها ٥٧,٦ بالمئة وتستخدم بنسبة ٦١,٢٣ بالمئة للوصول إلى فضاء الإنترنت، وتليها بالمرتبة الحواسب المكتبية بنسبة وفرة قدرها ٤١,٣ بالمئة، ونسبة وصول ٥٠,٤١ بالمئة، بينما تأتي بالمرتبة الثالثة الهواتف المحمولة التي بلغت نسبة وفرتها ٦٠,٩ بالمئة ونسبة وصول تبلغ ٤٢,٠٧ بالمئة[٢].

(١) تعد قيمة هذا الدليل مؤشراً يحدد مستوى استخدام أدوات المعلومات والاتصالات وأعداد المستخدمين الذين تتوافر أمامهم الفرصة للولوج في بوابات الوصول إلى البيئة الرقمية، ويتمتعون بمهارات كافية تدعم استثمارهم خدماتها التواصلية المتنوعة.

(٢) Mohammed bin Rashid School of Government [MBRSG], *The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region*, Arab Social Media Report Series, Governance and Innovation Program (Dubai: MBRSG, 2014).

الجدول الرقم (١)
دليل استخدام أدوات المعلومات والاتصالات للوطن العربي

المرتبة	البلد	عدد السكان	عدد المشتركين الهاتف المحمول	عدد المشتركين الهواتف الثابتة	عدد مستخدمي الإنترنت	عدد الحواسيب	دليل استخدام أدوات المعلومات
١	السعودية	٢٨,٣٧٦,٣٥٥	٥٣,٧٠٠,٠٠٠	٤,٦٣٣,١٠٠	١٣,٦٠٠,٠٠٠	٨,٠٩٨,٢٧٦	٢,٨٢
٢	قطر	١,٧٠٧,٧٥٦	٢,٧٩٤,٠٤٣	٣٠٥,٩٦٩	٨٥٤,٩٥٨	٧٩٨,٧١٥	٢,٧٨
٣	الإمارات	٨,٤٩٤,٧٠٧	١١,٧٢٧,٤٠١	١,٨٢٥,٤٩٦	٤,٥٧٤,٥٧٨	٣,٨٦٢,١٧٧	٢,٥٩
٤	عمان	٢,٨٥٩,٤٥٧	٤,٨٠٩,٢٤٨	٢٨٧,٣٢٣	١,١٤٦,٨٨٠	٥٥١,٧١٤	٢,٣٨
٥	البحرين	١,٣١٦,٧٥٠	١,٦٩٣,٦٥٠	٢٤٢,٤٠٧	٧١٥,٩٢٨	٤٦٩,٣٦٠	٢,٣٧
٦	الكويت	٣,٦٩٧,٢٩٢	٤,٩٧٣,١٦٠	٥٢٣,١٦١	١,٨٥٣,٣٩٤	١,٣٠٥,٩٥٥	٢,٣٤
٧	ليبيا	٦,٠٠٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠,٠٠٠	١,٠١٢,١٠٠	١,٣٥٥,٧٩٦	٨٩٢,٦٠١	٢,٢١
٨	الأردن	٦,٢٤٩,٠٠٠	٧,٤٨٣,٠٠٠	٤٢٤,٠٠٠	٢,١٨٧,٥١٩	١,١٠٨,٨٦٦	١,٧٩
٩	المغرب	٣٢,٤١٩,٨٠٠	٣٦,٥٥٤,٠٠٠	٣,٥٦٦,٠٧٦	١٢,٧٢٨,٤٦٤	٣,٠٤٥,٩٣٩	١,٧٢
١٠	تونس	١٠,٧٣٢,٤٧٠	١٢,٣٨٧,٦٥٦	١,٢١٧,٧٨١	٣,٤٣٢,٩٨٨	١,٢٧٢,٦٤٣	١,٧١
١١	لبنان	٤,٢٢٢,٨٣٦	٣,٣٨٩,٠٠٠	٩١٢,١٣٢	١,٧٣٠,٩١٤	٩١٠,٩٦٥	١,٦٤
١٢	مصر	٨١,٣٤٨,٤٢١	٨٣,٤٣٠,٠٠٠	٨,٧١٤,٢٠٠	٢١,٧٦١,٤٠٠	٥,٨٧٨,٨١٠	١,٤٧
١٣	الجزائر	٣٧,١٠٠,٠٠٠	٣٥,٧١١,١٥٩	٣,١٥٣,٥٠٠	٧,٧٦٧,٦٤١	٣,٧٦٣,٦٠٧	١,٣٦
١٤	فلسطين	٤,٢٣١,٠٨٤	٢,٨٦٥,٠٠٠	٣٨٥,٠٥٧	١,٢٨٠,١٧٢	٣٩٦,٧٧٠	١,١٦
١٥	سورية	٢١,٣٨١,١١١	١٢,٧٩١,٦٤٧	٤,٣٨١,١٠٠	٥,١١٣,٧٤٩	١,٨١٩,٦٩٠	١,١٣
١٦	العراق	٣٣,٥٦٤,٣٢٥	٢٤,٤١٣,٦٥٦	١,٩٤٥,٠٠٠	٥,٥١٠,٥٥٦	٢,٥٤٥,٧٦١	١,٠٣
١٧	السودان	٤١,٩١٩,٣٦٨	٢٥,١٠٧,٣٤٣	٤٨٣,٦١٧	٦,٩٥٩,٥١٧	٢,٠٦٨,٤٣٦	٠,٨٣
١٨	اليمن	٢٤,٣١٢,٠٠٠	١٢,٥٣٠,٢٣٥	١,٠٧٥,٤١٢	٣,٣٢٧,٥٥٨	٩٣٨,٦٢٣	٠,٧٤
	المجموع	**٣٤٩,٩٣٢,٨٣١**	**٣٤٦,٣٦٠,١٩٨**	**٣٥,٠٨٧,٤٣١**	**٩٥,٨١٢,٠١٢**	**٣٩,٧٢٨,٩٠٨**	**١,٤٨**

المصدر: International Telecommunication Union [ITU], *Measuring the Information Society 2013* (Geneva: ITU, 2013), <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf>.

ثالثاً: ديمغرافية التواصل الرقمي العربي

الجماعات المتخيّلة، كيان اجتماعي مستحدث، يتركب من تكتلات فردية، يشترك أعضاؤها بمجموعة من المبادئ والقيم والاهتمامات. ينتشر أفراد هذه الجماعات على رقعة جغرافية مفتوحة، ويتميَّزون بفكر وأهداف متقاربة، تمهّد لقيامهم بعملية تقاسم المعرفة والخبرات، والاشتراك بمضامينها، أثناء حضورهم في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد أسهم الحضور المكثف لأدوات المعلومات والاتصالات في فضاء المعلومات العربي، وامتداد خيوط نسيجه الشبكاتي على عموم الرقعة الجغرافية لوطننا في بروز مجموعة متنوعة من الجماعات المتخيّلة، التي التحق أفرادها، بمواقع، وتطبيقات رقمية، تتوافق إلى حد كبير مع الإطار العام لانتماءاتهم، وأفكارهم، وتطلعاتهم الشخصية.

وعلى هذا الأساس يمكننا القول إن ثمة فضاءً متعدد الأبعاد، تتألف مادة نسيجه من الحضور الآني لأفراد الجماعات العربية المتخيّلة، قد بدأ بالتشكّل نتيجة وجودهم المكثف في مواقع الويب؛ وإن هذه الجماعات قد بدأت بالنمو والتلاحم لتتحول إلى نسيج مجتمعاتي يعبّر في هويته، واهتمامات أفراده (من المستخدمين)، وتطلعاته عن فضاء معلومات عربي.

ويتكوّن هذا المجتمع[٣] من مجموعة متنوعة من الفضاءات الافتراضية التي تنشأ عن فضاء معرفي/تواصلي يحضر في بيئته الافتراضية مجموعة المستخدمين الذين يجمعهم اهتمام مشترك ينبع عن الخطاطة المعرفية العربية، والتي تُسهم عناصرها في توجيه مسارات استخداماتهم، وطبيعة المعلومات التي يفتشون عنها في بيئته الاتصالية، وتحدد مسارات وأنماط الخطاب الذي يتداولونه مع أقرانهم من المستخدمين، ومضامين هذا الخطاب، وانتخاب الكيانات (سواء كانت تمثل: أفراداً، أو منظمات، أو مواقع) التي يرومون التواصل معها عبر خطاباتهم[٤].

بدايةً، يمكننا القول إن الدخول المتكرر (لأي مواطن داخل حدود الوطن العربي أو خارجه) إلى فضاء المعلومات الذي توفره بيئة الإنترنت، يشكل الخطوة الأولى نحو الالتحاق بالإطار العام للمواطنة الرقمية. ويسهم توالي الدخول والتجوال في مواقع هذا الفضاء، والتواصل مع كياناته الرقمية، والتفاعل مع آثار حضورها في ترسيخ المواطَنة، وتوطيد شبكة العلاقات وتلاحمها مع الكيان الاجتماعي.

(٣) تتألف هيكلة هذا المجتمع، من مجموع المستخدمين الذين يقطنون فضاء المعلومات، ونسيج العلاقات الحميمة التي تربط فيما بينهم، كنتيجة لوجود رغبة مشتركة للتعلم من الموارد المطروحة (في فضاء من فضاءات المعرفة المناظرة لحقل من الحقول المعرفية) و/أو من عناصر الحصيلة المعرفية التي قد تتوفر لدى أحد أفراده.

قد يشترك أعضاء هذا المجتمع الافتراضي بالرغبة في ممارسة المهمة ذاتها (التعلم من الآخر)، أو قد يحتفظ كل مستخدم (يقيم في هذه البيئة) بهدف محدد يروم بلوغه من خلال استثمار الحصيلة المعرفية المستوطنة في ذاته، مضافاً إليها جزء من الحصيلة التي يمكن نوالها نتيجة للتواصل مع الغير، وتبادل الخبرات معهم.

(٤) Christo El Morr and Pierre Maret, *Virtual Community Building and the Information Society: Current and Future Directions* (New York: Information Science Reference, IGI Global, 2011).

من أجل هذا فإن الدائرة الكبرى للانتماء الرقمي سوف تتألف من العدد الكلي لمستخدمي الإنترنت الذين عُنيت بهم الإحصاءات (التي تتعلق بحصر عدد مستخدمي الإنترنت) وبصرف النظر عن طبيعة الاستخدام، ما دام يتصف بتكرار الحدوث، ووفق ممارسات تتوافق مع متطلبات الحضور في فضاء المعلومات.

بلغ عدد المواطنين الرقميين العولمي حوالى ٣ مليارات مواطن خلال عام ٢٠١٤، حيث قاربت نسبتهم من العدد الكلي لسكان كرتنا الأرضية ٤٢,٣ بالمئة الذي تجاوز عددهم ٧ مليارات نسمة بقليل.

أما عددهم في وطننا العربي فقد قارب ١١٢ مليون مواطن رقمي، يشكلون ٤٨,٣ بالمئة من عدد السكان الذي بلغ ٢٣١ مليون نسمة. ورغم تفوق نسبة المواطنين الرقميين العرب على قيمة المتوسط العولمي، إلا أنها ما زالت متراجعة مع بقية الرقع الجغرافية العولمية، باستثناء القارة السوداء التي قد تراجعت عنها فبلغت نسبتهم ٢٦,٥ بالمئة، وقارة آسيا التي بلغت نسبتهم ٣٤,٧ بالمئة[٥].

بدايةً يمكن ملاحظة توزُّع المواطنين الرقميين بالمناطق المختلفة من الوطن العربي في الجدول الرقم (٢) حيث يبدو جلياً أن بلدان الهلال الخصيب تقع بالمرتبة الأولى، بينما تأتي بلدان شمال أفريقيا بالمرتبة الثانية، ثم بلدان الخليج العربي، بالمرتبة الثالثة.

الجدول الرقم (٢)

عدد المواطنين الرقميين بحسب المناطق الجغرافية
في الوطن العربي خلال العامين ٢٠١٠ ـ ٢٠١١

المنطقة	عدد المواطنين الرقميين		نسبة النمو (بالمئة)
	٢٠١٠	٢٠١١	
بلدان الهلال الخصيب	٢٩,٨٢٨,٨٤٩	٣٧,٤٩٤,٣١٠	٢٥,٧٠
بلدان الخليج العربي	١٨,٩١٩,٠٣٤	٢٢,٧٤٥,٧٣٨	٢٠,٢٣
بلدان شمال أفريقيا	١٨,٣١٠,٠٠٠	٢٥,٢٨٤,٨٨٩	٣٨,٠٩
السودان واليمن	٧,٣١٩,٤٠٢	١٠,٢٨٧,٠٧٥	٤٠,٥٥

المصدر: المصدر نفسه.

يختلف المواطنون الرقميون، رغم انتمائهم إلى مجتمع المعلومات الشبكاتي، بمقدار انتمائهم إلى الجماعات المتخيّلة التي ينتمون إليها، والمجتمع الكبير الذي ينتسبون إليه.

(٥) Internet World Statistics (2014), <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

ويتجلّى الانتماء وتترسخ المواطنة الرقمية من خلال المشاركة الناشطة لأفراد المجتمع الشبكاتي، وإنتاج مادة خطابه التواصلي، والتفاعل مع بقية المواطنين الرقميين الذين يقاسمونه الإقامة في الفضاء الرقمي المتخيّل.

وتختلف نسبة المتواصلين النشطين بين منطقة وأخرى، وبين بلد وآخر بحسب تعمّق الوعي بالمواطنة الرقمية، ومستوى الإقبال على ممارسة الأنشطة والممارسات التي يفرضها الحضور في الفضاء المتخيّل.

ويلاحَظ تراجع نسبة المتواصلين النشطين بالمنطقة العربية، عند مقارنتهم بدول شرق آسيا، والأميركتين، وأوروبا. حيث يؤْثر الكثير من المتواصلين العرب التوجه نحو المطالعة، والمراجعة، وتَقِلّ مستويات إنتاجهم المحتوى الرقمي الذي يمكن أن يُعَدّ مؤشراً على نشاطهم التواصلي.

وتحتل قطَر المرتبة الأولى (على صعيد البلدان العربية) وبنسبة ناشطين تتجاوز ٥٥ بالمئة، تليها الكويت بالمرتبة الثانية، وبنسبة ناشطين بلغت ٤٨ بالمئة، ثم لبنان بنسبة مقاربة للكويت. ويتراوح متوسط نسبتهم في بقية البلدان العربية بين ٣٠ ـ ٤٠ بالمئة، بينما تتراجع عن هذه النسبة لدى العراق، والمغرب، ومصر، والجزائر؛ في حين يستقر اليمن بقعر القائمة وبنسبة ناشطين لا تتجاوز ٦ بالمئة[٦].

١ ـ فضاء التواصل والتفاعل الاجتماعي

يشهد موقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) إقبالاً متزايداً لدى المواطنين الرقميين العرب، بحيث أضحى جزءاً لا يتجزأ من مفردات الحياة اليومية، بعد أن تغلغل برفق إلى طقوس الممارسات اليومية للمواطن العربي.

ويشكل المستخدمون من مصر نسبة كبيرة من عدد المستخدمين العرب، حيث تشكل مجاميعهم نسبة ٢٤ بالمئة من العدد الكلي، وبعدد مستخدمين جدد ناهز حوالى ٢,٦ مليون مستخدم خلال عام ٢٠١٣. في المقابل فقد تراجعت نسبة الحضور الأنثوي على هذا الموقع تراجعاً طفيفاً خلال المدة ذاتها من ٣٣,٤ بالمئة إلى ٣١,٧٥ بالمئة، وهي نسبة منخفضة بالمقارنة مع المتوسط العولمي للحضور الأنثوي الذي قارب نسبة ٥٠ بالمئة. وما زالت شريحة الشباب (فئة ١٥ ـ ٢٩

(٦) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

نود التنويه إلى أن البيانات التي استُعيرت من هذه الدراسة قد مرّت بسلسلة من المعالجات المحوسبة قبل إدراجها في متن هذه الدراسة، فقد لا يعثر القارئ على بعض النسب أو الجداول المذكورة في متن هذه الدراسة عند مراجعته للمصدر أعلاه بسبب ممارسة الباحث جملة من المعالجات المحوسبة والإحصائية على البيانات التي وردت فيها، من أجل ذلك اقتضى التنويه.

سنة) هي الشريحة المهيمنة في فضاء موقع فايسبوك وبنسبة حضور بلغت ٦٧ بالمئة من العدد الكلي لمستخدمي الموقع(٧).

وتباينت نسب حضور المواطن العربي على صفحات هذا الموقع، نتيجة مستوى تماسك البنية التحتية للمعلومات والاتصالات، والكلف المترتبة على عملية الاستخدام، من جهة، ووجود عوائق اجتماعية، وأخرى ذات أبعاد شخصية. فعلى صعيد عدد المستخدمين احتلت منطقة العراق وبلاد الشام المرتبة الأولى بعد أن بلغ عددهم أكثر من ٢١ مليون مستخدم، بينما أتت بلدان شمال أفريقيا بالمرتبة الثانية بعد أن بلغ عددهم حوالى ١٣ مليون مستخدم، أما دول الخليج العربي فقد وصل عددهم فيها إلى ١١ مليون مستخدم(٨).

أما على صعيد نمو عدد المستخدمين، فقد احتل العراق وبلاد الشام المرتبة الأولى، أيضاً، حيث قاربت نسبة النمو السنوي ١٢ بالمئة، وتلتها بلدان شمال أفريقيا بنسبة بلغت ١٠ بالمئة، بينما تراجعت نسبة النمو في بلدان الخليج العربي إلى ٣ بالمئة. ويمكن أن يُعزى هذا التباين بالنمو بين بلدان الخليج العربي، وبقية الدول، إلى أن هذه الدول قد سبقت بقية البلدان العربية في بدايات دخول مواطنيها إلى بيئة التواصل والتفاعل الرقمي، الأمر الذي تسبب بهذا التباين.

٢ ـ فضاء التواصل المدوّن

نشأ البرعم الأول لمدوَّنة عربية في ربوع الكنانة عام ١٩٩٥، بعدها ولدت أخرى في بلاد الشام، ثم ثالثة في أرض الكويت. وبعد بضعة أعوام بدأت المدوَّنات العربية بترسيخ حضورها على الرقعة الديمغرافية الرقمية للوطن العربي، فدخلت ثلاثة بلدان عربية إلى ساحة التدوين هي: العراق، ومصر، والإمارات عام ٢٠٠٣، لتنضم بعدها في عام ٢٠٠٤، بلدان عربية أخرى، شملت: الجزائر، والبحرين، والأردن، والسعودية، والكويت، ولبنان، وقطر، وسورية، ولم تمضِ سوى سنة واحدة حتى اكتملت الخارطة الجغرافية للتدوين العربي في منتصف عام ٢٠٠٥(٩).

ورغم تأخر ولادة المدوّنات الرقمية العربية، بيد أنها وجدت بيئة خصبة للنمو، وعلى أيدٍ حريصة على نشرها، وتوفير المناخ المناسب لضمان تفرّع جذورها في طبقات عميقة من طبقات الخطاب العربي المعاصر، فتنوعت مادتها، وازداد ثراء موضوعاتها، وباتت تنصبغ بصبغة وذائقة المواطن العربي بدءاً من وادي الرافدين، وبلاد الشام، وبلدان الخليج العربي، وانتهاءً بحافة بلدان المغرب العربي، فأصبحنا نتلمّس هموم مواطني كل رقعة، وآمالهم، ومخاوفهم في المحتوى الرقمي المطروح في فضاء المدوّنات العربية التي استوطنت البيئة الرقمية.

---

(٧) البيانات مستقاة من الموقع التالي: <http://www.arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx#sthash.FJiGpulN.dpuf>.

(٨) *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013* (Dubai: Madar Research and Development, 2013).

(٩) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).**

وأظهرت عملية التنقيب المعلوماتي التي باشرها فريق موقع مأرب أن الحجم الإجمالي للخطاب العربي المدوّن قد بلغ ٢,٤٨٨,٢٦٩ عنصراً رقمياً، أنتج المدوّنون ٩٠,٨ بالمئة من هذه المادة، بينما أنتج الجمهور النسبة المتبقية، والبالغة ٩,٢ بالمئة(١٠).

وقد اتسم نسيج فضاء المدوّنات العربية بتنوّع مادته، وانفتاحها على مجالات متعددة من حياة المواطن العربي، وانشغالاته، فتحولت شيئاً فشيئاً إلى شبكة معقدة تضم ٣٥ ألف مدوّنة نشطة، تشكّلت عنها خارطة رقمية برزت على ساحتها ٦٠٠٠ مدوّنة(١١).

بصورة عامة، تتألف الخارطة الجغرافية للمدوّنات الرقمية العربية من هيكلة شبكاتية معقدة يتقاسم نسيجها مجموع المدوّنين المنتشرين في ١٨ بلداً ينطق باللغة العربية، بالإضافة إلى مجموعة من المغتربين العرب الذين يقطنون في بلدان أوروبا، والولايات المتحدة، وبلدان أمريكا الجنوبية، وبلدان أخرى(١٢).

ويشيع حضور مجموعات متماسكة من المدوّنات في فضائها العولمي، تجمعها قواسم مشتركة للخطاطات المعرفية التي تشكّل اهتمامات المدوّنين. بيد أن الدراسة التي قام بها مركز بيركمان على فضاء المدوّنات العربية، أظهرت أن مركز الثقل الأساسي، وعنصر جذب عناقيد المدوّنين ومن يتتبع نصوصهم تنصبغ بصبغة وطنية. ويلاحظ هذا الأمر واضحاً في مدوّنات مصر، والسعودية، والكويت، والتي تشكل أكبر عنقود للمدوّنات في المنطقة العربية(١٣). وتبرز على هذه الخارطة مدوّنات لأفراد من بلدان الهلال الخصيب، وفي مجاميع متنوعة تختلط في نصوصها اللغتان العربية والإنكليزية، وبنسب متفاوتة، لتشكل جسراً يصل بين المدوّنات العربية والعولمية. وتأتي بعدها المدوّنات العربية ـ الفرنسية التي ينحصر حضورها في بلدان المغرب العربي، وأخرى تنتشر على عموم الرقعة الجغرافية لفضاء المدوّنات يهتمّ أصحابها بمسائل إسلامية، وأخرى تشمل ديانات تنتشر في بعض البلدان العربية.

٣ ـ فضاء التواصل المغرّد

وكان للميزات التي يتسم بها موقع «تويتر» دور فاعل في جذب نخبة من المستخدمين العرب لهذا الموقع خلال السنوات الأولى من انطلاقه، ثم ما لبث أن وجد الموقع إقبالاً متزايداً في الوطن العربي بعد أن طارت شهرته بالآفاق خلال أحداث الربيع العربي، فأصبح أداة يحرص على

---

(١٠) المصدر نفسه.

(١١) Bruce Etling [et al.], *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent*, Research Publication, no. 2009-6 (Cambridge, MA: The Berkman Center for Internet and Society, Harvard University, 2009).

(١٢) Dima Tarhini, «Inside the Arab Bloggers' Minds: Europe, Democracy and Religion: Monitoring Facebook and Arab Blogs from March 1st to May 26th 2011,» (Working Paper, German Institute for International and Security Affairs, Berlin, 2011), <http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/arbeitspapiere/WorkingPaperIL_Tarhini_Dima.pdf>.

(١٣) Etling [et al.], Ibid.

استخدامها شريحة واسعة من المواطنين العرب. وقد وصل أعداد المستخدمين النشطين لهذا الموقع إلى ٣,٧٦٦,١٦٠ مستخدماً في عموم وطننا العربي بالربع الأول من عام ٢٠١٣، حرصوا على إنشاء ٣٣٥,٧٩٢,٠٠٠ تغريدة سنوياً، أي بمعدّل ١٠,٨٣٢,٠٠٠ تغريدة يومياً[١٤].

ورغم تناقص نسبة سكان بلدان الخليج العربي بالمقارنة مع بقية المناطق الجغرافية للوطن العربي، فقد شغل مواطنوها حوالى ٧٤ بالمئة من عموم فضاء التغريدات العربية، بينما أتت منطقة العراق وبلاد الشام بالمرتبة الثانية، وجاءت بعدها بلدان شمال أفريقيا.

وتختلف نسب التوزُّع الديمغرافي للمغرِّدين على عموم مساحة فضاء التواصل المغرِّد بالوطن العربي. وقد تفوق المواطن المصري على بقية أقرانه من الوطن العربي بعد أن شكلت تغريداته حوالى ٣٠ بالمئة من عدد التغريدات التي أطلقها المواطنون العرب خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢، بينما جاء المواطن الكويتي بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٧ بالمئة، ثم المواطن السعودي بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت ٢١ بالمئة[١٥].

ويبدو أن المواطن السعودي هو الأكثر تغريداً بين المواطنين العرب حيث بلغ عدد تغريداتهم خلال شهر آذار/مارس من عام ٢٠١٤ حوالى ٢١٤ مليون تغريدة، شكلت ٤٠,٣ بالمئة من مجموعة التغريدات التي أطلقها المواطنون العرب خلال هذه المدة. وجاء المواطن المصري بالمرتبة الثانية بعد أن غرّد بحوالى ٩٣ مليون تغريدة، ثم المواطن الكويتي الذي بلغت تغريداته ٥٥ مليون تغريدة. وكان المواطن التونسي أقل المواطنين العرب اقبالاً على التغريد حيث لم يتجاوز عدد تغريداته ٣,١ مليون تغريدة[١٦].

٤ ـ فضاء جماعات التواصل المرئي

ويختلف المناخ التواصلي في هذا الفضاء في كونه يستخدم المؤثر المرئي لاستثارة نمط مختلف من طقوس التواصل التي تذكي الذكريات والمشاعر نتيجة ما يطرحه المحتوى المرئي من مؤثرات. ولا يتطلب هذا النمط من التواصل إنتاج خطاب مباشر، وإنما يعد مؤشر الإعجاب (الذي يمكن تتبع آثاره من خلال عدد الزيارات التي يقوم بها رواد الموقع) دليلاً على بلوغ الخطاب التواصلي الذي تضمنته مادة الوسائط التي استخدمت في الخطاب المطروح في المادة المرئية.

ويتميز التوزُّع الديمغرافي لنسب مشاركة البلدان العربية في فضاء المؤثرات العربي. ويبدو واضحاً أن المواطن السعودي قد نجح في إنشاء قاعدة واسعة من المقاطع الفيديوية التي نجحت بالتوطن في فضاء المؤثرات المرئية ـ الرقمية، فلبغت نسبة مشاركته حوالى ٣٨ بالمئة، بينما جاء

(١٤) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).**
(١٥) المصدر نفسه.
(١٦) المصدر نفسه.

بالمرتبة الثانية المواطن المصري، والذي بلغت نسبة مشاركته حوالى ٢٥ بالمئة، أما بقية البلدان العربية فقد استوطنت مشاركاتها في رقعة تراوحت نسبة مشاركاتها بين ٢ ـ ٧ بالمئة[١٧].

وتميّز نمو المحتوى المرئي بمستويات نمو لافت على صعيد كمّ المادة المطروحة، وعدد القنوات المرئية التي انشأها المواطنون العرب في الفضاء المرئي. لقد تزايدت أعداد المادة المرئية التي طرحت بهذا الفضاء خلال السنوات ٢٠٠٥ ـ ٢٠١٢ بنسبة قاربت ١١٢٧ بالمئة، بينما بلغت هذه النسبة على صعيد عدد القنوات المرئية حوالى ٦٩٠ بالمئة[١٨].

لقد بلغ حجم المادة المرئية ـ الفيديوية التي أنتجها المواطن العربي لترويج خطابه التواصلي، على المستويين العربي، والعولمي، ما يعادل عملية البثّ المرئي لمدة ٥٤٤ مليوناً، و٦١٥ ألفاً، و١٧٩ ثانية من المادة المرئية. وقد توزعت هذه الثواني على مليون، و٣٩٦ ألفاً، و٦٠٩ أفلام ولقطة، صاحَبها تفاعلٌ من المشاهدين تضمَّن صور تعليقات بلغت ٩٦٠ ألفاً، و٨٨٥ مادةً أُعدت لبيان مستوى التفاعل مع مضامينها خلال السنوات ٢٠٠٥ ـ ٢٠١٢ [١٩].

أما على صعيد التواصل، والتفاعل بواسطة الصور التي يلتقطها المواطن العربي، أثناء حياته اليومية، فقد استودع عدد كبير منها في مواقع «تويتبك» (Twitpic) و«فْلِكر»، و«إنستاغرام»، وغيرها من المواقع المتوافرة على منصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد بدأ فضاء التواصل بالصور بالنمو التدريجي في الوطن العربي وأخذت ملامحه بالتميز في بدايات عام ٢٠٠٤، فبدأت مادته الصورية بالتراكم التدريجي، وتعددت قنواته يوماً بعد يوم. وقد نجح فريق مؤسسة الفكر العربي باستقصاء أعداد هذه الصور فبلغت عند نهاية عام ٢٠١١ حوالى ٤٢١,٢٠٨ صورة استودعت في موقع «فلِكر»، و١٤٤,٤٧٥ صورة على موقع «تويتبك»، بينما بلغ عدد الصور التي استودعت في موقع «فورشايرد» حوالى ٢٢,٥٩٢ صورة، توزعت على ٦٦,٥٠٧ قناة أو حساب[٢٠].

رابعاً: المحتوى المعرفي لفضاء التواصل العربي

أسهم الحضور غير المسبوق للجماعات المتخيّلة (في فضاء التواصل الاجتماعي) بإحداث تغييرات حاسمة بالأنماط التقليدية لتقاسم المعرفة؛ فتحوّلت من فضاء التواصل اليومي المباشر إلى فضاء شبكات التواصل الرقمي، وبدأ المحتوى الرقمي الذي ينتجه أفراد الجماعات المتخيّلة (نتيجة تدفق الأنشطة التواصلية المختلفة) بالنمو تدريجياً، فنشأ عنه حصيلة معرفية ـ اجتماعية، تصلح لأن تكون مورداً يستمد منه أفراد المجتمع الرقمي، وجماعاته، خلاصة مركَّزة من الأفكار،

(١٧) المصدر نفسه.
(١٨) المصدر نفسه.
(١٩) المصدر نفسه.
(٢٠) المصدر نفسه.

والمبادئ، والخبرات، التي تثري حياتهم اليومية بمفردات متنوعة، وترسّخ أواصر التواصل مع الآخر الذي يشاركهم الحضور في الفضاء ذاته، بعيداً من محددات الرقعة الجغرافية، والانتماء الحضاري.

١ ـ محتوى فضاء الجماعات المتواصلة

تعود البصمة الأولى للحضور العربي على صفحات موقع «فايسبوك» إلى عام ٢٠٠٧ حيث بلغ عدد حسابات المستخدمين العرب حوالى ٢٣,٩٧٩ حساباً[٢١]. وقد بدأ المحتوى التواصلي الذي يدرجه المستخدمون العرب بالنمو التدريجي، فبلغ حجم المحتوى الرقمي ١٥,٨٧٦ نصاً عام ٢٠٠٨، ثم تابع نموه ليبلغ حوالى ١٦٢,٣٧٨ نصاً عام ٢٠٠٩، ثم تسارع نموَّه خلال العامين ٢٠١٠ ـ ٢٠١١ ليبلغ حوالى ٤,٢٤٦,٩٥٥ نصاً بعد أن اجتاحت أنشطة تواصل الربيع العربي فضاءنا العربي الاتصالي بشكل لافت.

وقد نشأ عن الترابطات التواصلية بين مستخدمي هذا الموقع من العرب نسيج معَقَّد من القنوات التواصلية التي قارب عددها حوالى ٣ مليارات، و٦١٧ مليوناً، و٥٣٨ ألفاً، و٢١٢ قناة علائقية[٢٢].

واستأثرت الثقافة والفكر بمساحة قاربت ٤٥ بالمئة من الحجم الكلي للمحتوى العربي المطروح في الفضاء التواصلي. واشتركت مادتا العلوم الاجتماعية والانسانية، والسياسة والقانون بالمرتبة الثانية، وبنسبة بلغت ١٣ بالمئة، أما بقية المحاور فقد توطنت في رقعة ضيقة بنسبة جاوزت ١ بالمئة بقليل. وتكاد تتطابق نسب فئات المحتوى المعرفي على صعيد الملاحظات التي أوردها المتواصلون في فضاء «فايسبوك» فتتفوق الثقافة والفكر بنسبة تقارب ٣٥ بالمئة، وتحتل المرتبة الأولى. وتتقاسم العلوم الاجتماعية والإنسانية والسياسة والقانون المرتبة الثانية بنسبة تبلغ ٢١ بالمئة، بينما يأتي محور العلوم العسكرية والأمنية بالمرتبة الثالثة، وبنسبة قدرها ١٠ بالمئة[٢٣].

وقد أسهم الأعضاء النشطون في موقع «فايسبوك» بإنتاج ٢١,٥ بالمئة من المادة المعرفية المودعة في فضائه التواصلي، بينما أنتج الجمهور ٧٨,٥ بالمئة من هذه المادة. وقد تألفت المادة المعرفية للناشطين من نصوص بلغت نسبتها ٨٧,٤ بالمئة، ومقاطع فيديوية بلغت نسبتها ٥,٦ بالمئة، وصور بلغت نسبتها ٧ بالمئة من الحصيلة المعرفية التي أنتجتها هذه الفئة. أما نتاج الجمهور، فاقتصر على نصوص توزعت بين ملاحظات، وتعليقات، ألحقت بالمادة التي أنتجها الناشطون.

ولقد استمر نمو المادة المعرفية التي تطرح في فضاء التواصل الجديد، وبمختلف مستويات مضامينها، وعمق محتواها، فبلغت نسبة نموه ١٠,٦٨٦ بالمئة عام ٢٠٠٩، ثم تراجعت إلى ٧٩٦

---

(٢١) المصدر نفسه.
(٢٢) المصدر نفسه.
(٢٣) المصدر نفسه.

بالمئة عام ٢٠١٠، واستمرت بتراجعها عام ٢٠١١ فبلغت ٣٣٢ بالمئة. وقد تقاسمت هذه النسبة الفئات المختلفة للمحتوى المطروح، فبلغت نسبة نمو النصوص ٦٤٨٦ بالمئة، ومقاطع الفيديو ٥٩٥٣ بالمئة، بينما لم تتجاوز نسبة نمو مقاطع الصور ٤٩٨ بالمئة[٢٤].

لقد أثقل فضاء تواصل «فايسبوك» بكَمٍّ هائل من النصوص، والتعليقات، والملفات المرئية، بحيث بدأ هذا الموقع التواصلي بالتحوّل شيئاً فشيئاً إلى مستودع رقمي للحصيلة المعرفية التي ينتجها المواطن العربي. وقد بدأت نزعة المحتوى الموجّه من النخبة باتجاه الجماهير، تتضاءل تدريجياً بعد أن تحولّت مادته، تدريجياً نحو وعاء معرفي تفاعلي يباشر المستخدمون النشطون ببثّ أفكارهم وآرائهم المبتكرة، لتذكي بعد حين المزيد من الملاحظات، والتعليقات، التي توسّع حجم المحتوى المعرفي العربي.

٢ ـ محتوى فضاء الجماعات المدوّنة

يتكوّن الفضاء المعرفي للتدوين من المادة التي ينتجها المدوّنون، والجماهير التي تتابع المادة المطروحة فيه، والتعليقات التي تضاف إليها بين الحين والآخر. ويلتحق بالمدوّنة، مواد رقمية متنوعة قد تتضمن وثائق، أو مؤثرات مرئية، أو سمعية، يضيف بعضها المدوّن ذاته، أو المتفاعلون مع محتوى المدوّنة.

وقد أنتج المدوّنون العرب حوالى ٩٠,٨ بالمئة من المحتوى المعرفي المودع في فضاء المدوّنات الرقمية، بينما أنتج زوار الفضاء المدوّن حوالى ٩,٢ بالمئة من مادته[٢٥].

وتوزعت مادة الخطاب المدوّن بين نصوص، وصور ومقاطع فيديوية، وصورية، وصوتية مرفقة. وقد تفوقت النصوص بحضورها في لباب المادة المعرفية المدوّنة بعد أن شكّلت حوالى ٦٠,٧ بالمئة من حجم المحتوى الرقمي، بينما جاءت بعدها المقاطع الصورية بنسبة ٣٣,٣ بالمئة.

بصورة عامة، يمكننا القول إن المدوّنات العربية تتميز بكونها أوعية رقمية تكاد أن تكون فارغة، وأن المليئة منها تشكل نسبة ضئيلة تكاد لا تتجاوز نسبتها ٥ ـ ٧ بالمئة من مجمل حجم الفضاء المتخيّل الذي تحتله.

فالمدوّنات التي تراوحت عدد التدوينات فيها بين ١ ـ ١٠٠ تدوينة قد قاربت ١٧٨,٠١١ مدوّنة، وتبدأ أعدادها بالتناقص التدريجي لتبلغ ٣٥٥ مدوّنة تضم ١٠٠ ـ ٢٠٠ تدوينة، حتى لا يتجاوز عدد المدوّنات التي يشمل عدد تدويناتها مجالاً امتد بين ٥٠٠ ـ ٤٥٣٠ تدوينة بلغ ما يعادل ٤٨ مدوّنة فقط.

(٢٤) المصدر نفسه.
(٢٥) المصدر نفسه.

ويصح الأمر ذاته على عدد المواضيع التي يطرحها المدوّنون في مدوناتهم، فيتكاثر عدد المدوّنات الفقيرة بمواضيعها، بينما يشحّ عدد المدونات، كلما ازداد عدد مواضيعها، وتنوّعت مادة محتواها.

لذا سيبقى تأثير هذا الفضاء التواصلي، على صعيد إنتاج المادة المعرفية، ونشرها في المحيط المعرفي العربي، محدوداً بالمقارنة مع موقع «فايسبوك»، أو حتى موقع «تويتر»، وستبقى الصبغة الذاتية ملتصقة بكيانه الرقمي، مع شحة الزوار، والمتفاعلين مع المادة المطروحة فيه، بالمقارنة مع بقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

٣ ـ محتوى فضاء الجماعات المغرّدة

يتميز فضاء التغريد العربي بهيكلة تفرضها خطاطة مجتمع التغريد الرقمي الذي يحفل بمغردين نشطين، وآخرين يتابعون تغريداتهم، فيعيدون تغريدها إلى الآخرين، فالكل هنا منتج وجمهور في الوقت ذاته.

ويزداد تعقيد نسيج فضاء التغريد العربي، نتيجة الروابط التي يضيفها المغرّد النشط، أو متابعوه إلى مضمون التغريدة، والتي تلتحق بأوعية، وقنوات اتصالية أخرى، فتتشعب المواضيع، وتتسع الرقعة الجغرافية لانتشارها داخل حدود هذا الفضاء، وفي الفضاءات التواصلية الملحقة بمنصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعية.

ويمرّ فضاء التواصل المغرّد «النشط» بنمو مستمر خلال السنوات الأخيرة، حتى قارب متوسط نموه السنوي حوالى ٧٥٠ بالمئة. بصورة عامة كانت نسبة النمو في التغريد النشط في بداية عام ٢٠٠٧ عالية، فبلغت نسبتها ١١٠٦ بالمئة، ثم تزايدت النسبة في عام ٢٠٠٨ إلى ١١٥٩ بالمئة، لكنها شهدت تراجعاً كبيراً عام ٢٠٠٩ حيث بلغت نسبتها ٩٨ بالمئة فقط. ثم ما لبثت أن عاودت نموها بنسبة ٨٠١ بالمئة في عام ٢٠١٠، واستقرت عند ٦٠١ بالمئة عام ٢٠١١[٢٦].

بصورة عامة، تترابط عقد نسيج فضاء التواصل العربي نتيجة للنمو المستمر في أعداد المتابعين للمغرّد النشط، من جهة، وممارسة عملية إعادة تغريد الخطاب المحمول في التغريدة النشطة، من جهة أخرى. في الوقت ذاته تزداد الحصيلة المعرفية للتغريدات نتيجة للروابط التي يلحقها المغرّد النشط بمادة تغريداته، أو المتابعين الذين يضيفون في أحيان أخرى روابط داعمة لمادة التغريدة.

---

(٢٦) المصدر نفسه.

٤ ـ محتوى فضاء جماعات التواصل المرئي

أ ـ محتوى فضاء التواصل الفيديوي

أكّدت عملية المسح التي مارسها فريق عمل موقع مأرب لمسح المحتوى الرقمي العربي وجود حوالى ١,٣٩٦,٦٠٩ مقاطع لفيلم فديوي عربي، يبلغ ما استودع منها في موقع «يوتيوب» حوالى ٩٨,٩ بالمئة من هذه المادة الرقمية[٢٧].

تتألف بنية فضاء التواصل الفيديوي من القنوات التي يستحدثها المستخدمون، سواءٌ كانوا مؤسسات أو جماعات متخيّلة، أو أفراداً، فيجعلونها مصدراً لبثّ سلسلة من المقاطع الفيديوية المتقطعة، أو المستمرة؛ وأفلام الفيديو التي تحمّل بصورة مباشرة إلى مستودعات التواصل الفيديوي، بعد أن يلصق بها عنوان يعبّر عن مضمونها، أو مضمون الخطاب الذي يروم إيصاله إلى المتلقِّين.

وقد توزعت محتويات الفضاء التواصلي الفيديوي التي ناهزت ٥٤٤ مليوناً و٦١٥ الفاً و١٧٩ ثانية من المقاطع المرئية التي نقلت لنا من خلال مليون، و٣٩٦ ألفاً، و٦٠٩ مقاطع فيديوية أو لقطة، أسهم في إنتاجها المتواصلون العرب، على التوازي مع نصوص وتعليقات ألحقت بها تجاوزت ١٩ مليوناً، و٩٦٠ ألفاً، و٨٨٥ نصاً وخلال بعد زمني امتد من عام ٢٠٠٥ ولغاية ٢٠١٢[٢٨].

ولم تختلف تراتبية المواضيع المودعة في لقطات ومقاطع الفيديو العربية التي انتشرت في فضاء التواصل، فتبوأت مواضيع الفكر والثقافة والأدب، المرتبة الأولى، بعد أن شكّل حضورها حوالى ٤٠ بالمئة من فضاء التواصل الفيديوي، بينما جاءت المقاطع ذات الصلة بقطاع العلوم الاجتماعية والإنسانية بالمرتبة الثانية، وبنسبة قاربت ٢٢ بالمئة من حجم الفضاء، وتقاسمت بقية المحاور المساحة المتبقية من هذا الفضاء الرقمي.

ب ـ محتوى فضاء التواصل الصوري

بدأ فضاء التواصل الصوري متأخراً مقارنةً ببقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، فكانت ولادة موقع «فلِكر» عام ٢٠٠٤، وبدأ المستخدم العربي بتوظيف هذا الموقع، ومواقع أخرى، توالت ولاداتها بعد هذا التاريخ، فاستودع فيها سلسلة متنوعة من اللقطات الصورية التي تخص تفاصيل حياته اليومية، وأخرى تعود إلى سنوات خلت، جمعته مع مجموعة من الأقارب والأصدقاء، حيث ارتبطت كل منها بجزء من شريط حياته وذكرياته التي وثقتها هذه اللقطات.

---

(٢٧) المصدر نفسه.

(٢٨) المصدر نفسه.

وقد بدأت الصور تتراكم وتملأ الفراغات الموجودة في الفضاء الجديد، شيئاً فشيئاً، حتى بلغ الحجم الكلي لمحتويات الفضاء التواصلي الصوري ـ العربي خلال الفسحة الزمنية الممتدة بين عام ٢٠٠٤ وبدايات عام ٢٠١٢ حوالى ٥٨٨ ألفاً و٢٧٥ صورة عربية بحسب الإحصائية التي قام بها فريق مشروع مأرب لمستوى المحتوى الرقمي العربي[٢٩].

فقد تفوقت مواضيع الفكر والثقافة والأدب على غيرها فاحتلت المرتبة الأولى، وبنسبة جاوزت ٤٧ بالمئة من حجم الفضاء الصوري العربي، بينما جاءت الصور ذات الصلة بالحدث السياسي في المرتبة الثانية، وبنسبة قاربت ١٥ بالمئة، واحتلت الصور ذات الصلة العلوم الإنسانية والاجتماعية المرتبة الثالثة، وبنسبة لم تتجاوز ١١ بالمئة. أما بقية المواضيع، فقد استقرت في دائرة ضيقة من الفضاء الصوري العربي الفسيح.

خامساً: سمات الأصالة والتكامل في مادة المحتوى التواصلي العربي

لعل من الأمور المهمّة، والتي ينبغي الالتفات إليها عند التعامل مع كيانات الفضاء الرقمي، هو غياب الحدود الفاصلة بين الكيان الممتلئ بعناصر مهمة، والذي يخلو منها، للوهلة الأولى، ما لم تمارَس سلسلة من عمليات مراجعة وسبر المحتوى وفق نهج يسترشد بقواعد معرفية صارمة. وبعكسه فالكيان المعلوماتي، سواء كان نصاً، أو صورة، أو مقطعاً فيديوياً، يصنف بأدوات التنقيب والسبر المعلوماتي بوصفه كياناً قائماً بذاته، ويمتلك حضوراً في الإحصاءات والمراجعات بعيداً من المحتوى المعرفي للخطاب الاتصالي المستوطن في نسيجه الرقمي.

من أجل هذا لا بد من اعتماد نهج قادر على تمييز الغث من السمين في مادة الخطاب التواصلي الذي يشكّل مادة المحتوى المعرفي الذي نتداوله أثناء سيرورة عملية التواصل اليومي فيما بيننا.

وسنسعى في هذه الفقرة إلى مراجعة وبيان سمات الأصالة والتكامل الذي تتسم به مادة الخطاب التواصلي العربي، فنكشف النقاب عن القيمة المعرفية المودعة في مادة خطابنا التواصلي، ونستبعد من حضيرتها تلك الوحدات التي لا ترقى مضامينها إلى مستوى رصين.

وكما نعلم جميعاً فإن الإنترنت يمثل وعاءً قابلاً لكل مفردات تضاف إليه، نتيجة انفتاحه على الفضاء العولمي، مع غياب الرقابة، عن مادة المحتوى الذي تطرحه فئات متعددة من المستخدمين، وبتوجهات ومشارب لا يمكن أن يحصيها محصٍ. من أجل هذا فإن مسألة صراع الغث والسمين داخل حدود المحتوى الذي يسافر في فيض التواصل العربي ستبقى حاضرة على الدوام، وستحتم علينا التريث عند إصدار حكم قطعي بصدد الحصيلة المعرفية التي تولّدت عن فضاء التواصل، وغيره من الفضاءات الرقمية التي بدأت تتكاثر بنزعة تناظر الخوارزمية الجينية التي تنتقي الأفضل،

(٢٩) المصدر نفسه.

وتستبعد المادة التي لا تستطيع فرض غلبتها على صعيد جذب المستخدمين إلى حضيرتها المتجددة.

لقد تبنت مجموعة عمل مؤسسة الفكر العربي مبدأين أساسيين في محاولاتها سبر المحتوى الرقمي العربي، وانتخاب السمين من مادته المعرفية، والإعراض عن الغثّ منها، هما الأصالة والتكامل. وجعلت من الأصالة معياراً لقياس حجم المحتوى الذي اتسم بالابتكار والأصالة، والذي لم ينقل بصورة مباشرة عن مواقع أخرى. أما سمة التكامل فكانت لديهم معياراً لقياس درجة التقارب والتكامل في مضامين المواضيع التي يناقشها المحتوى الرقمي لكل موقع من المواقع[٣٠].

وقد حاولنا تبني هذين المبدأين على فضاء التواصل العربي، وجعلنا من الأصالة والتكامل غاية أساسية في تحيد العمق المعرفي الذي يتسم به خطاب التواصل الذي يسري بين مختلف فئات مجتمع التواصل العربي.

١ ـ أصالة المحتوى التواصلي العربي

بداية برهنت عملية التنقير في بيانات المحتوى الرقمي العربي الاتصالي، تكاثر كمّ المحتوى المكرر على حساب محتوى التواصل الأصيل، والذي يخلو من الثرثرة، والتكرار، أو النسْخ الذي يغيب عنه فكر حاضر يروم توظيف مادته في معالجات معرفية مضافة.

وقد ظهر لنا أن المحتوى الاتصالي العماني هو الأكثر أصالة مقارنةً ببقية البلدان العربية، بعد أن استقر عند حافات الدائرة الخارجية للأنموذج، بينما تأتي بالمرتبة الثانية مجموعة من الدول العربية التي نجحت بحجز موقع لها في الجزء الوسيط من الدائرة الداخلية الثالثة، شملت كلاً من: الأردن، والعراق، ومصر، والجزائر، وقطر، والإمارات. أما المرتبة الثالثة فقد امتد حضورها بين تخوم الدائرة الداخلية الرابعة، وأجزائها الوسيطة، فشملت كلاً من: المغرب، وليبيا، ولبنان، والكويت، والسعودية، وسورية، وتونس، والسودان، واليمن.

وتكاد تتقارب مستويات الأصالة من حيث دورانها حول قيمة تقارب قيمة متوسط الأصالة الكلي، باستثناء عمان التي حققت طفرة كبيرة في تجاوزها قيمة المتوسط بعدة أشواط.

ولغرض سبر حضور الأصالة في مختلف قنوات التواصل الاجتماعي، حاولنا تبنّي مبدأ تقسيمها إلى ثلاث مراتب: (١) مرتبة متراجعة تتميز مادة خطابها بآثار ضئيلة للابتكار؛ (٢) مرتبة متوسطة تحتوي على بعض آثار الأصالة والابتكار؛ (٣) مرتبة تحضر فيها الأصالة بجلاء في محتويات المادة التواصلية، وتؤشر نحو خطاب تواصلي أصيل.

---

(٣٠) المصدر نفسه.

وقد حاولنا مراجعة بيانات محتوى قنوات التواصل العربي التي وفرتها مؤسسة الفكر العربي، وحاولنا أن نؤلف من مادتها تصنيفاً يوضح مستويات حضور الابتكار في مادة الخطاب الذي يتواصل به المستخدمون العرب (انظر الجدول الرقم (٣)).

الجدول الرقم (٣)

مستويات حضور الابتكار في مادة الخطاب التواصلي على قنوات شبكات التواصل الاجتماعي في فضائنا العربي

فئة الخطاب التواصلي	نسب حضور مستويات الأصالة (بالمئة)		
	مرتبة متراجعة	مرتبة متوسطة	مرتبة أصيلة
خطاب بالـ «فايسبوك»	١٤	٢٧	٥٩
خطاب تغريدي	٥١	٣١	١٨
خطاب مدوّن	٥٢	٣٨	١٠
خطاب فيديوي	٩	١٩	٧٢
خطاب صوري	١٩	٣٠	٥١

ويبدو واضحاً أن الخطاب التواصلي الفيديوي هو الأكثر أصالة بين بقية قنوات التواصل الاجتماعي، بينما يأتي بالمرتبة الثانية الخطاب الذي يتواصل به المستخدمون العرب على صفحات موقع «فايسبوك»، بينما يأتي الخطاب التواصلي المحمول في المقاطع الصورية بالمرتبة الثالثة.

وقد تراجعت مستويات الأصالة في المدوّنات الرقمية العربية، بعد أن أُتخمت مادتها بالكثير من المواد المتكررة، بينما تحول الكثير من الخطابات المغرّدة إلى ثرثرة فارغة تكاد تخلو من قيمة معرفية مضافة. أما المنتديات فلوحظ أن الكثير من أعضائها يميلون نحو إعادة نشر مشاركات أعضاء آخرين من المنتدى ذاته، أو منتديات صديقة، الأمر الذي انعكس سلباً على أصالة المحتوى وجعلها تستقر في نهاية القائمة على صعيد مستويات الأصالة المعرفية[٣١].

٢ ـ تكامل المحتوى التواصلي العربي

مثلما تغيب الأصالة عن الكثير من مواد المحتوى المعرفي التي يتداولها المتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فإن سمة التكامل ما زالت تغيب أيضاً عن جزء كبير من هذا المحتوى،

(٣١) المصدر نفسه.

بحيث أثبتت الدراسة الأخيرة لهذا العامل أن حصيلته النهائية لم تتجاوز ١٨,٩ بالمئة، أي أن أربعة أخماس المحتوى الذي يسافر في خطابات المتواصلين يخلو من سمة التكامل التام[٣٢].

وقد اختلفت قدرات جمهور البلدان العربية، ومؤسساتها على صعيد بلوغ مرتبة مقبولة وفق معايير اختبار التكامل في مادة المحتوى المعرفي الذي يستوطن الخطاب التواصلي في فضاءاتها الرقمية. فتفوقت جماهير بعضها، وتراجعت جماهير بلدان أخرى، بينما توسطت جماهير بلدان أخرى فقاربت مستويات التكامل لديها متوسط ما تم تحقيقه في عموم فضاء المحتوى التواصلي العربي. بيد أن الملاحَظ هو ضآلة مقدار التقدم، أو التراجع عن متوسط الحصيلة النهائية للتكاملية؛ فالمغرب الذي تصدر القائمة لم تتجاوز قيمة تكامل المحتوى لديه ٢٣ بالمئة، بينما بلغت قيمتها لدى سورية التي رضيت بالمقام الأخير وبنسبة تكاملية قدرها ١٦,١ بالمئة، وترجحت بقية البلدان العربية بنسب مقاربة لقيمة الحصيلة.

خاتمة

نجح المواطن العربي بتحقيق قفزة نوعية على صعيد التعامل مع أدوات المعلومات والاتصالات، واستثمار تطبيقاتها لتلبية حاجاته الذاتية الاجتماعية، والثقافية، والسياسية. وإذا كانت شبكة الإنترنت البوابة الرئيسة التي أطل من خلالها المواطن العربي على فضاء المعلومات العولمي، وباشر سلسلة من عمليات ترسيخ حضور خطابه المعرفي على مواقع الويب المنتشرة عليها، فإن شبكات التواصل الاجتماعي قد أتاحت له فرصة الانفتاح على الذات، وعلى الآخرين داخل حدود بيئته المحلية، فنهض بخطاب رقمي جديد، ووظف القدرات التي تتمتع بها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فأنشأ بواسطتها، ومن خلالها بيئة متخيّلة استطاع أن يبثّ في بيئتها الرقمية خطابه المتمرّد على الواقع السياسي، والاجتماعي، ونجح بالإفصاح عما يجول في دخيلة ذاته، بعد أن اغترب عن ذاته، وتقمّص مجموعة متنوعة من الأقنعة كي يتعايش مع واقع يثقل كاهل ذاته المنهكة من واقع مرّ.

وعاش في الوقت ذاته فرصة الانفتاح على الآخر من أبناء وطنه العربي الكبير، وبدأ يمارس حرفة التدوين، وصناعة محتواه الشخصي، سواء من خلال هويته الحقيقية، أو بواسطة هوية رمزية، فتعمّقت ثقته بذاته، وتشابك النسيج الذي يصله مع الآخرين بحيث بات يقيم ضمن شبكة تتألف من خيوط متلاحمة من العقد المعلوماتية. فلم يعد لديه أي رغبة بمغادرة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح أكثر التصاقاً بها، ومأخوذاً بالخطاب الرقمي المتدفق كسيل جارف في مواقعها المختلفة.

وبات جلياً أمامنا من عمليات تحليل ديمغرافية وهوية الجماعات المتخيّلة التي تقيم في فضاء التواصل العربي، ومراجعة وتحليل مادة خطابها المطروح في الفضاء الاجتماعي الجديد أن

(٣٢) المصدر نفسه.

الحصيلة المعرفية للمستخدمين العرب قد بدأت بالنضج التدريجي لتشكل بيئة خصبة تدعم عملية إنتاج مادة معرفية يمكن أن نتعاون جميعاً على إحداثها، وتتلاحم جهودنا في التصريح عما نمتلكه من معرفة ضمنية، وخبرات.

ويمكن أن ترفد هذه الحصيلة المعرفية بقيمة مضافة ترأب جزءاً مهماً من الفجوة المعرفية القائمة، في فضاء التواصل الاجتماعي العربي، وتجذّر أنماطاً جديدة من العلاقات التعاونية بين مختلف الكيانات العربية التي تقيم في فضاء التواصل الاجتماعي الرقمي، فتتوجه جميعاً نحو تقاسم موارده لضمان استدامة حضورها المحلي والعولمي.

مقدمة

«أنا أتواصل إذاً أنا موجود». هكذا أضحت عبارة الكوجيتو الوجودي التي تعبّر عن الخطاطة البديلة التي جاءت بها تقنيات المعلومات والاتصالات، فنسخت الكوجيتو الديكارتي الذي بقي مهيمناً على تفسير الخطاطة الوجودية لبضعة قرون بعد أن ربط الحضور الإنساني بممارسة عمليات الفكر والسجال الفلسفي.

لقد اكتملت دائرة التحول من فضاء حياتنا التقليدي نحو فضاء المعلومات المتخيّل، وعاصرنا انتقالين على مستوى التركيبة المجتمعاتية من المجتمع التقليدي نحو مجتمع المعلومات، ثم إلى مجتمع المعرفة خلال بعد زمني لا يكاد يقارَن بالحقب الزمنية التي استغرقتها الإنسانية في التحول من مجتمع الزراعة نحو مجتمع الصناعة.

وبدأت خطاطاتنا المعرفية تتعرض لأكثر من تعديل، وتوجهنا من المادي نحو المتخيّل، وبدأ فضاء المعلومات يتسلل بسرعة إلى نسيج مجتمعاتنا بسرعة غير مسبوقة، ومن دون سابق إنذار. فتحوّل الحاسب من آلة معالجات حسابية سريعة، إلى ماكينة تمتلك آلة استدلال محوسب، وبدأ باصطناع عوالم افتراضية، مشحونة بالمؤثرات المرئية التي جعلتنا نؤْثر الإقامة في بيئتها المتخيلة، ونبدأ بنقل أدواتنا، ونسيج حياتنا اليومية إلى فضائها الذي يخلو من قوى الاحتكاك والممانعة الزمكانية التي اتسم بها واقعنا اليومي.

أصبحنا نزاول حياتين: **إحداهما** التصقت بتفاصيل حياتنا التقليدية ومفرداتها المادية، **وأخرى** متخيّلة توفر لنا فرصة اصطناع الكثير من عناصرها، ونقفز من فوق المكان، ونخترق حاجز الزمن لنبلغ أقاصي الدنيا، من دون أن نفارق واجهة الحاسب المحدودة.

وكان لولادة منصات الشبكات الاجتماعية، التي التحق بها موقع التواصل الاجتماعي «فايسبوك» (Facebook)، وموقع التغريدات الرقمية «تويتر» (Twitter)، وشيوع استخدام المدوّنات الرقمية، وتكاثر المنتديات الرقمية بمختلف فئاتها دورٌ مهمٌ في جذب المستخدمين إلى بيئة جديدة،

لم تلبث أن تتكامل في إنتاج فضاء تواصلي من نمط جديد، شدّ المستخدمين إليه بقوة، وأسهم في تشكيل مجاميع تطورت بالتحول نحو تشكيل «جماعات متخيّلة» (Virtual Communities) استوطنت شيئاً فشيئاً في الفضاء الجديد، وتطاولت مدة لبثها فيه.

ويعد اصطلاح الجماعة الرقمية ـ المتخيّلة، وصفاً مجرّداً لهيكلة شبكاتية، تتركب معماريتها من مجموعة عقد رقمية، تقترن مع بعضها بصورة مباشرة، أو غير مباشرة. وتسافر في نسيج عقدها أنماط متعددة من التفاعلات الآنية، فتسهم في تلاحم العلاقات التي تشكّل لحمة نسيجها الرقمي، فيتشكّل من تجاذباتها كيانات عنقودية، أو مجاميع فرعية، وأخرى رئيسة، تضفي على مادة نسيجها هيكلة معمارية، تنصبغ بطبيعة النمط الذي يضفيه فيض التفاعلات التي تسري بين عقدها، بين الحين والآخر.

وقد أقبل المواطن العربي بلهفة على فضاء التواصل الرقمي، وأصبح عضواً فاعلاً في تركيبته التواصلية والمجتمعاتية، وبدأت مجاميع المتواصلين ـ العرب، بالتشكّل، ثم ما لبثت أن تكتلت، وتوسعت دائرة حضورها الرقمي لتؤلف جماعات متخيّلة، متنوعة الاهتمامات، والاتجاهات.

وأسهمت، إلى حد كبير، في بروز نمط جديد من أنماط القولبة الاجتماعية في إطارين؛ فكري ونفسي، داخل أسوار نهج أو نزعة محددة، ثم تحوّلت إلى سمة، وبصمة راسخة في وعي أفرادها، نتيجة لتعمّق أواصر التواصل والتفاعل الحميم بين الأفراد، وميلهم نحو الإفصاح عن المفاهيم، والآراء، وسعيهم الدائم إلى تقاسم المعارف والخبرات فيما بينهم.

وبدأنا نلحظ حضور خطاب عربي، بات يعبّر عن آمال المواطن الرقمي العربي، ويفصح عن آرائه، ورؤيته الذاتية، والجمعية، وتكاثرت النصوص التي دونها المدوِّنون، والملاحظات، والمواضيع، والتعليقات التي أوردها الحاضرون في بيئة التواصل الاجتماعي، وتناسلت التغريدات الرقمية التي يبثها المغردون النشطون ومتابعوهم الذين حرصوا على إعادة تغريدهم في المساحة المفتوحة للفضاء التواصلي.

وتجمّعت حصيلة معرفية عربية، أسست نصاً عربياً، ورسخت الكثير من المبادئ التي تعزز الشعور بالانتماء المشترك. إن الصلة التفاعلية، بين أفراد الجماعات المتخيّلة، ودورها في تعميق لحمة الترابط فيما بينهم، ثابتة في المجتمعات الإنسانية كافة، وشديدة الحضور والظهور حين يقع الاحتكاك بين أفراد الجماعات، على الحدود المتخيّلة المتجاورة، أو داخل فضاء جماعة واحدة، متعددة الانتماءات المعرفية. وهي تولّد باستمرار، عوامل اللحمة والتماسك في جسم كل جماعة متخيّلة.

وهكذا يتوجب علينا أن نقبل بهذه الظاهرة، ونتأدى إلى القول إنّها ظاهرة عولمية في المجتمعات البشرية كافة، أو ظاهرة في تاريخ الخطاب الاتصالي، ذات أسباب تفسّرها، وليست حالة شاذة أو مجافية لمنطق الخطاب التواصلي المعاصر.

في المقابل، لا يمكن النظر إلى ظاهرة تراجع اللغة العربية وتغييب قواعدها النحوية، ونكتها البلاغية عن الخطاب الاتصالي الجديد بوصفها، فقط، تعبيراً عن تراجع في الملكة اللغوية، والإعراض عن بناء ملكة الخطاب العربي السليم لدى المواطن العربي في هذه الأيام، فننادي بكف هذه الخطابات، ونطالب بكمّ أفواه ومدوّني مادته، بحجة أن هناك نخبة ممن يستحقون، داخل حدود الجماعات العربية، هم الأكثر استحقاقاً بأن ينطقوا باسمه، أو يحتكروا تمثيله والتعبير عنه بالنيابة عن بقية أفراد المجتمع الذين ارتبط قدرهم بتلقي الخطاب من نخبة تستأثر بإنتاج مادته.

إن تراجع ملكة اللغة العربية وغلبة الخطاب العامّي، أضحى واقعة تاريخية، وثقافية، ودينية، لا يمكن إنكارها، كما لا يمكن في الوقت ذاته استصغارها، والسعي إلى شجب خطابها، وإلغائه من ساحة الخطاب العربي الاتصالي الجديد.

وأصبحنا بحاجة إلى تثوير الخطاب التواصلي الذي تراكمت مادته، وتكاثرت في الفضاء الجديد، لننهل منه المفردات النافعة، ونحاول تجميعها، وتأليفها في خطاب يمكن أن يعبّر عن الواقع بخطاب صادق بدلاً من ممارسات التضليل المؤسساتي.

ولما كان الانتماء والتواصل المعرفي الحميم، فعلاً معرفياً ينشأ من التعدد والاختلاف في تلقّي الخطاب التواصلي، والتفاعل معه، وخلع معاني على ممارساته؛ فإن من الضروري الانتباه إلى أنه لا حجية للقول إن الخطاب دالٌّ بنفسه، أو ناطق بمضامين محتواه، سواءٌ كان خطاباً ادبياً، أو فكرياً، أو دينياً. لأن الخطابات تتفاوت في درجة وضوحها للمتلقي. لكن وضوحها، على تفاوته بين منتج وآخر، يعتمد إلى حد كبير على المتلقي، الذي يمارس عملية بناء معنى الخطاب وتحليل مضامينه المنطوية في نصوصه. بمعنى أن الخطاب سوف يولِّد سلسلة مفتوحة من البنى المفاهيمية، داخل حدود الجماعة المتخيّلة، وخارجها، وسوف يصبح المعنى مشتركاً بين الخطاب والمتلقّي، وأنه لن يعني المعنى بعينه لدى جميع أفراد الجماعة، أو أفراد جماعات أخرى. وسيختلف باختلاف فهم المتلقّين واستعداداتهم المعرفية، ومنطلقاتهم الفكرية، وأغراضهم الشخصية، وانتماءاتهم، فيتحدد مستوى التفاعل مع محتواه.

إن هشاشة فضاء بعض الجماعات المتخيّلة العربية، وضعف تكويناتها، وفتور الأواصر التي تربط بين أفرادها، وضآلة المجال المعرفي، أو انعدامه، فيها، تفتح جميعها الباب أمام تسلل داء الثقافة السطحية، والتضليل المعرفي، والذي يفتك بالخفاء في كيان الجماعة، ويحيلها إلى كيان ممزق من داخله، بينما يظن أفراده أنهم يحسنون صنعاً.

إذاً ما العمل لإعادة توجيه هذا النمو غير المسبوق في مجال أنشطة التواصل الاجتماعي، ونشر المفاهيم، والآراء، والمذاهب المتناقضة الذي تأخذنا إليه فضاءات التواصل الرقمية؟

إنه إعادة بناء المجال التواصلي بعد تحريره من تغلغل مفردات الثقافة السطحية، والمعرفة المزيفة، وكف عمليات تدخل مفردات غريبة على المجال المعرفي إلى فضائه.

وإذا كانت نظرية الجاذبية لنيوتن، قد أقنعتنا بأن كل ما في الكون من كيانات، منجذب إلى بعضه بقوة خفية، غير معلنة؛ وأن النظرية النسبية لأينشتاين قد جعلتنا نثرثر حول نسبية ظواهر الكون ومفردات مظاهر حياتنا اليومية؛ فإن خطاطة شبكات التواصل الاجتماعي قد جعلتنا أشدّ اقتناعاً بترابط بعضنا مع بعض بواسطة النسيج المتخيّل لشبكة الإنترنت، بحيث ازداد التصاقنا، يوماً بعد يوم، بمادة النسيج المتصوّر، فلم نعد نقوى على الفكاك من قواه الجاذبة، أو ننجح بالتغلب على إغراءاته المتكررة للتواصل بواسطة تطبيقات شبكات منصاتها البرمجية.

وإذا كانت الثورة الصناعية قد أجهزت على موارد البشرية، وأوشكت على استنفادها، فأورثت المحيط الحيوي لكرتنا الأرضية بملوثات أثقلت محتوى البيئة بعناصر دخيلة على خصائصها الأصيلة، مولّدة ظاهرة الاحتباس الحراري، بعد أن ازدادت مساحة الفجوات في طبقة الأوزون، وتراجعت الرقعة النباتية، واندثرت الكثير من الكائنات الحية التي لم تُعَدُّ قادرة على إدامة حيواتها في غلاف تستمر آلات الصناعة وأدواتها بإذاعة السموم في كيانها لتسافر مع الهواء الذي تستنشقه ليتوغل بسرعة في مسالك أجسادها الرقيقة.

فإننا لا ندري أين ستذهب بنا الثورة الرابعة التي جاءتنا بالفيض المعلوماتي، ومنحت لبيئة الإنترنت فرصة التوغّل إلى حيواتنا بشكل غير مسبوق، فأحاطت بنا من كل اتجاه بعد أن أحكمت قبضتها على زوايا العالم الذي ألفنا الإقامة فيه منذ نعومة أظفارنا. لا بل لم تكتفِ بسطوتها الفيزيائية فاصطنعت لنا عوالم متخيَّلة، موازية للعالم التقليدي، وأسبغت علينا فرصة تملّك حيوات جديدة، ومتعددة، نجحت في تعميق حضورها داخل كينونتنا.

وستستمر الثورة الرابعة، هذه الأيام، بزجِّ المزيد من الفرص الرقمية التي ستستمر في غرس إحساسنا بحيوات تتمتع بذائقة جديدة، وعبر أقنعة متنوعة، وأنماط حضور فريدة، أصبحنا قادرين على تحديد الكثير من تفاصيلها، وبما ينسجم مع رغباتنا، بعد أن أكدت قدرتها على تغييب الحواجز والمعيقات، بدءاً بالمكان، ثم استبعاد حاجز الزمان، ثم بدأت تجهز شيئاً فشيئاً على ثوابت عالم نيوتن المرتبط بقوانين حتمية صارمة، مستبدلة إياه بـ «عوالم افتراضية متخيلة» (Virtual Reality)، حيث ينغمس المرء في أعماق واقع رسومي جديد، اصطنعت تفاصيله الدقيقة في فضاء المعلومات، والحقت بمحيط المعلومات الذي صدع بحضوره العالم الإيطالي لوتشيانو فلوريدي (Luciano Floridi).

ربما ستشغلنا أدواتها العجيبة، وتطبيقاتها التي لم نعد قادرين على مجاراتها، بحيث نكاد لا نألف استخدام إحداها حتى يجذبنا نحوه تطبيق جديد، وبميزات أفضل، وتسهيلات مميزة للمستخدمين، على التوازي مع تكاثر عناصر الوسائط المتعددة، في صفحاتها، وتناسل ارتباطاتها التشعبية، وتعدد مستوياتها، بحيث غابت ذائقتنا الشخصية قبالة الذائقة التي تعكف جهات متعددة على اصطناعها لجذبنا إليها بقوة، وتوجيه مسارات وعينا باتجاهات قسرية.

ولكن متى سينجلي غبارها، وتتضح حقيقتها، كما هي، بعد أن يخبو بريقها الأخاذ، وتضمحل خطوط بيئتها الرسومية قبالة الرسوميات التي ستشدنا إليها تقنيات جديدة؟ حينئذ سندرك لا محالة حجم الحصيلة الأنطولوجية التي نجحت الثورة الرابعة بإيداعها في دخيلة ذواتنا، وسنستشعر بحجم الخيبات التي قد انصبغت به حيواتنا بعد أن بلغ تأثيرها أعماق الطبقات الجيولوجية لوجودنا الإنساني.

توطئة

لتبرير دراسة فضاء التواصل الاجتماعي العربي الرقمي

غدت البيئة التي تولدت عن الحضور القاهر لأدوات تقنيات المعلومات والاتصالات مجالاً اتصالياً وتواصلياً يحفل بموارد معرفية خصبة نشأت نتيجة تلاقح المحتوى المعرفي للخطاب التواصلي العربي.

وقد تلاقت هذه الموارد، وتلاقحت عناصرها فأثمرت عن حضور نمط جديد من فضاء التواصل الاجتماعي الذي انصبغ بصبغة مجتمعاتنا العربية، وبدأ هذا المحيط بالنمو التدريجي حتى بات ينافس الفضاء الاجتماعي التقليدي الذي بسط هيمنته على واقع مجتمعاتنا العربية منذ أمد بعيد.

لقد نشب عن الحضور التواصلي الرقمي تشكّل خطاب تواصلي جديد، وبرزت إلى السطح آليات جديدة لإدارة عمليات التواصل والاتصال داخل حدود فضاء المعلومات العربي، وتكاثرت مسارات التواصل عبر مواقع منصات شبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع التدوين، وساحات المنتديات العربية التي انفتحت كلياً أمام المواطن الرقمي ـ العربي لتمنحه فرصة ثمينة في التعبير عن دخيلة نفسه، وتجاوز عقبة القيود المصطنعة، والتي وقفت عائقاً أمام إفصاحه عمّا يريد، وأحبطت محاولاته بالدعوة إلى التغيير وإعادة تشكيل عناصر المجتمع العربي، وتجاوز أزماته المتفاقمة.

ومما لا شك فيه، أن فضاء المعلومات الذي اصطنعته أدوات المعلومات والاتصالات قد وفر مناخاً مناسباً لتلاقح أكثر من نمط من أنماط التقنية الرقمية، وأسهم في ابتداع مناخ تواصلي جديد نجح المواطن العربي في استثمار قدراته، وبشكل غير مسبوق وغير متوقع، فأنتج في مجاله التواصلي مفردات من حصيلته الثقافية، وبعض مفردات معاناته اليومية لينتج ثورة الربيع العربي، التي هزت بضعة بلدان عربية توزعت بين مغرب الوطن العربي ومشرقه، وانكبّ المستخدمون

العرب على إنتاج مادة تواصلية باتت تتجمع يوماً بعد يوم لتشكّل خطاباً معرفياً موازياً، لا بل منافساً في بعض الأحيان، للخطاب المستودع في مادة مداد وسائط النشر ومواردها المتنوعة، متجاوزاً آلية التبويب والتقاسيم التي أَلِف العقل العربي التعامل معها بتقسيمه مفردات الواقع إلى قطاعات: سياسية؛ وعقدية؛ واقتصادية؛ وثقافية؛ واجتماعية؛ لينتج فضاءً شاملاً يلملم جميع عناصر الواقع المعاش في خطاب مباشر استودعت مادته في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وتدوينات المدونات الرقمية، وصفحات ويب مواقع الإنترنت المتكاثرة.

لقد حصلت تطورات حاسمة في الدور الذي تمارسه البيئة الرقمية فتحوّلت خطاطتها من مبدأ «النشر والاستعراض» (Publish and Browse) الذي يمنح المستخدم فرصة قراءة المضامين المطروحة من دون أن يكون له أي دور في إعادة تشكيل مادة المحتوى، إلى جهة فاعلة تشارك في عملية إنتاج المادة المعرفية، ومراجعة المحتوى، وتحريره، والإضافة إليه، والتعاون مع ملايين المستخدمين الذين يستوطنون في المحيط المعرفي العولمي على إنتاج سلع معرفية تتسم بحضور قابل للتعديل الآني، وعلى التوازي مع التطورات المتسارعة في المناخ المعرفي لتكون وجبة تُعَدُّ آنياً لتلبية طلب ماثل، بدلاً من أن تكون وجبة جاهزة بانتظار من سيروم الحصول عليها بعد حين.

لقد أدلى المستخدم العربي دلْوَه في فضاء الاتصال والتواصل العولمي، وبدأ بترسيخ حدود فضاء تواصل عربي، بدأت حصيلته المعرفية بالنمو التدريجي نتيجة للمادة المطروحة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ومواقع المدونات الرقمية، ومنصة التغريد الرقمي، ومواقع المنتديات، فأضحى الفضاء الجديد فضاء موازياً للفضاء الاجتماعي التقليدي.

تكمن الغاية الأساسية من هذه الدراسة في استكشاف عناصر فضاء التواصل الاجتماعي الرقمي في وطننا العربي، وبيان طبيعة الدور الذي تمارسه تطبيقات منصات شبكات التواصل الاجتماعي، في إنتاج رأس مال معرفي نتيجة لتداول الخطاب التواصلي بين المستخدمين العرب من خلال سلسلة من عمليات التنقيب المعلوماتي في مادة الخطاب المستودع في فضاء الإنترنت ومنصاته المختلفة.

وبدأت رحلتنا في دراسة خصائص البنية التحتية للمعلومات والاتصالات في وطننا العربي، مع تحديد مستوى الجاهزية الشبكاتية التي تؤلف البيئة الداعمة لسيرورة فضاء التواصل الاجتماعي الرقمي، مع تحديد مستوى المهارات الرقمية التي يتمتع بها المستخدمون العرب في توظيف هذه الأدوات للتواصل مع الآخر، وإنتاج محتوى عربي تستوطن فيه الحصيلة المعرفية للمستخدمين.

ثم باشرنا تتبع التحولات الاجتماعية الحاصلة في مجتمعات المعلومات العربية، مع تحليل معماريتها الرقمية، ووجهنا اهتمامنا نحو الجماعات المتخيلة التي تتواصل بخطابها ضمن حدود الفضاء العربي الرقمي الجديد، مع تحديد مستويات حضورها في مختلف منصات التواصل والتلاحم الاجتماعي.

وبعد أن استكملنا عملية الاستكشاف، ولملمة البيانات التي تخص الفضاء الاجتماعي الرقمي ـ الجديد، بدأنا بدراسة خصائص وديمغرافية الجماعات الرقمية التي تقيم في فضاء التواصل العربي، مع تحليل مستويات حضورها في فضاءات: التواصل والتفاعل الاجتماعي، والتواصل المدوّن، والتواصل المغرّد، والتواصل المرئي، والمنتديات العربية.

ولكي نحدد طبيعة الخطاطة المعرفية المستوطنة في مادة الخطاب التواصلي العربي، راجعنا مادة المحتوى من خلال سبر مفردات الخطاب الذي يتداوله المستخدمون العرب أثناء حضورهم في فضاء التواصل الرقمي، وختمنا الدراسة بتحليل عناقيد المعرفة المستودعة في غلّة الخطاب التواصلي العربي مع تحديد مسارات توليد المفردات المعرفية ونشرها في الفضاء الاجتماعي الجديد.

من أجل هذا، حاولنا في هذه الدراسة استكشاف ديمغرافية الفضاء التواصلي العربي، والتنقير في تربته عن بذور المفردات المعرفية التي باشر بغرسها المستخدمون العرب، وتوَلّوا رعايتها للوقوف على طبيعة هذه العناصر، وتتَبُع مسارات الخطاب العربي المعاصر في فضاء الإنترنت ومنصات تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، لتحديد مدى ثراء مادة هذا المحتوى الجديد، والكشف عن طبيعة الفرص التي ستتوافر أمامنا لاستثمار بصمات ونتاج الحضور العربي المتنامي في البيئة الرقمية، وتحويل مساراته باتجاه تشكيل بيئة معرفية عربية، قادرة على توظيف المحتوى المطروح في: مواقع الويب، والمدوّنات الرقمية، وبيئة ويكي التعاونية، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وغرف الدردشة، وغيرها من التطبيقات التي تنفتح على الآخرين للتعاون في إنتاج مادة معرفية خصبة.

وسنسهم بذلك، وللمرة الأولى، في توليد قوة معرفية غاشمة، تتجاوز قيود المركزية، وتتسم بمعمارية مفتوحة، تمنح جميع المستخدمين العرب فرصة المساهمة في تشكيل الأطر المتعددة للخطابات المطروحة في المحيط العربي، على أن تنهض هذه المعمارية المفتوحة بمهمة عملية التنظيم الذاتي للمواد المطروحة، فتمتلك شبكة أخبار تختص بها، ومواقع علمية تلبي حاجاتها الواقعية، ومواقع ترفيه تتناسب مع خصائصها، ومواقع توفر خدمات تلبي حاجاتها.

وإذا كانت ثورات الربيع العربي قد أيقظت لدينا الإحساس بهويتنا وتوجهاتنا السياسية الحقيقية بعيداً من قهر النظم الحاكمة المتسلطة، فإن البيئة المعرفية التعاونية ستيقظ في نفوسنا الحس المعرفي السليم الذي نأمل أن يتجاوز خطط التنمية المتراجعة، التي فرضت علينا، ولم تثمر سوى جدب معرفي، وتخلف ثقافي، وأمية علمية بغيضة أبعدتنا من ركب التطور الذي يسيح في بلدان الجوار والعالم.

الفصل الأول

خصائص البنية التحتية للفضاء التواصلي العربي

أولاً: فضاء التواصل البديل

تتواصل عملية استنساخ أنشطتنا اليومية، وبصورة تدريجية، لتكمل عملية انتقالها المتخيّل إلى فضاء المعلومات بوصفه فضاءً بديلاً لواقع أنصبتنا ومحدداته، وتناسلت مطالبه لإحراز ما نريد نواله على أرض واقعه الصلبة. ولما كانت عمليات الاتصال والتواصل تشكّل لباب حضورنا مع الآخر، وتجذِّر شعورنا بهويتنا، وتؤكد انتماءَنا إلى الجماعات التي ننتسب إليها، والمجتمعات التي التصق بها وجودنا، فقد انبرى الكثير من العاملين في مجال التطبيقات المحوسبة إلى ابتداع وسائل رقمية مستجدة تعضد هذا النمط من الأنشطة اليومية؛ فابتكر البريد الإلكتروني بوصفه بديلاً سهلاً للتراسل مع الآخر في فضاء مفتوح، مع تأمين خدمات داعمة، استطاعت أن تثبت تفوقها، خلال عقد من الزمان، على جميع المآثر التي حققها البريد التقليدي بعد عدة قرون من المحاولات الحثيثة والمثابرة لتطوير الخدمة.

لم تمر سوى مدة يسيرة حتى أُعلنت ولادة غرف الدردشة لتوفر فضاءً تواصلياً حيّاً مع الآخر، ثم تتابعت التطبيقات الاتصالية حتى استكمل الإطار العام لخطاطة شبكات التواصل الاجتماعي التي صدع بها مبتكر موقع فايسبوك بعد أمد قصير من حضور موقع «ماي سبايس» (Myspace).

فتناسلت أعداد المهاجرين من فضاء التواصل التقليدي باتجاه فضاء التواصل البديل الذي اصطنعته شبكات التواصل الاجتماعي، وبدأ الإنسان المعاصر بنسخ تفاصيل حياته اليومية إلى مواقع الفضاء الاتصالي المحدَث.

إن التوسع غير المسبوق في حجم الفضاء الاتصالي الجديد، وكثرة أعداد المهاجرين إلى بيئته التواصلية بات يحتّم علينا توجيه المزيد من العناية لِسَبر جوهره، ولتأمين ترسخ أقدامنا على طريق تنميته، وتوسعة حضوره في بيئتنا العربية.

ثانياً: البنية الفيزيائية للفضاء التواصلي

لا يمكن للفضاء التواصلي أن يتشكل وتتحدد معالمه، من دون وجود بنية تحتية ـ فيزيائية متماسكة تنهض بمهمة نقل وإدارة مادة فيضه الرقمي. كما إن مستوى النشاط المعرفي الذي يسري في قنواته الاتصالية يعتمد إلى حد كبير على مستوى جاهزية أدوات المعلومات والاتصالات التي تتوافر ضمن بنيته التحتية الاتصالية.

من أجل هذا نجد لزاماً علينا دراسة خصائص البيئة الاتصالية العربية وخصائص بنيتها التحتية، كونها تُعَدُّ عاملاً أساسياً لتوسع مجالات الفضاء التواصلي العربي من خلال القدرات التي توفرها للفرد بالتغلغل في البيئة المعلوماتية، من جهة، وتحدد في الوقت ذاته طبيعة النشاطات التي يمكن أن يمارسها، والتي ترتبط إلى حد كبير بسرعة الخدمة، ومستوى انفتاحها على الفضاء العولمي.

كذلك فإن وفرة الخدمة المعلوماتية، وتدنّي تكلفتها يؤدي دوراً حاسماً في التحاق عدد كبير من أفراد المجتمع بالبيئة التواصلية الجديدة، ومن خلال بوابات متنوعة؛ الأمر الذي سيزيد المحتوى الرقمي ثراءً، ويقلل من ظاهرة تغييب شريحة من المجتمع عن الفضاء التواصلي الذي يعمّق وشائج العلاقات الحميمة بين أفراد الجماعات المتنوعة التي تستوطن هذا الفضاء المفتوح.

• البنية التحتية العربية للمعلومات والاتصالات

تعَدّ البنية التحتية للمعلومات والاتصالات ركيزة أساسية من ركائز البيئة الرقمية التي يتغلغل نسيجها على طول الرقعة الجغرافية لأنشطة مجتمع المعلومات المعاصر، كونها المورد الذي يسافر من خلال عقده المعلوماتية، الفيض الرقمي، الذي تتعامل معه الموارد البشرية والمادية على حد سواء.

من أجل هذا فقد تزايدت أهمية البنية التحتية للمعلومات في الهيكلة المؤسساتية للمجتمعات بعد أن تحولت من الهيكلة المجتمعاتية التقليدية باتجاه نسق شبكاتي يوظف موارد المعلومات والمعرفة في تسيير دفة الأنشطة السائدة فيه.

وتسهم عملية توطين عناصر البنية التحتية للمعلومات والاتصالات في المجتمع بتعزيز القدرات الاتصالية بين قطاعاته المختلفة، وتساعد على تقليص حجم الفجوة الرقمية من خلال توفير فرص دخول متكافئة إلى الموارد المعلوماتية أمام جميع أفراد المجتمع، وترسيخ دعامات مجتمع المعلومات والمعرفة، مع فتح قنوات إضافية للتواصل مع المجتمع الرقمي العولمي، حيث

تبرز أكثر من فرصة للمشاركة بدور فاعل في البيئات التنافسية المفتوحة التي يوفرها الفضاء الرقمي الجديد.

وتتألف البنية التحتية للمعلومات والاتصالات من مجموع الأدوات المعلوماتية والخدمات الرقمية التي توفرها التقنيات المعلوماتية والاتصالية الحديثة لضمان توفير بيئة اتصالية متكاملة في جميع قطاعات الأنشطة التي نمارسها بوقتنا الراهن.

من أجل هذا سنسعى إلى مناقشة أهم عناصر المعلومات والاتصالات للبلدان العربية التي باتت تُعَدُّ من العناصر الفاعلة في تقييم جاهزية المجتمع وتحديد مقدار انتمائه إلى مجتمعات المعلومات وفضائه المتخيّل.

ويمكن تقييم كفاية البنية التحتية لدعم الأنشطة الاتصالية والتواصلية من خلال مجموعة من المؤشرات التي باتت تعتمدها المؤسسات الاتصالية الدولية لتقييم المستوى الذي بلغته البنية التحتية على صعيد دعم الأنشطة الاتصالية والتواصلية.

وسنتناول أكثر المؤشرات التصاقاً بالأنشطة التواصلية، ونعرض عن بقية المؤشرات التي ترتبط بتقييمات تقع خارج دائرة هذا النشاط الرقمي.

أ ـ الجاهزية الشبكاتية لفضاء التواصل العربي

يوظف «دليل الجاهزية الشبكاتية» (Network Readiness Index) لتقييم مستوى الجاهزية الشبكاتية لمجتمعات المعرفة المعاصرة. وترتكز خطاطة هذا الدليل في تقييم مستوى الجاهزية الشبكاتية في مجتمع ما بواسطة دليل يسعى إلى تقييم: رصانة البيئة المعلوماتية، ومستوى الاستخدام الرقمي، وجاهزية النسيج الشبكاتي[(١)].

تتألف الهيكلة الرياضية لهذا الدليل من أنموذج يجمع حزمة من المؤشرات الثانوية التي تشمل: تكامل أداء البيئة الرقمية، وجاهزية أدواتها وتطبيقاتها لدعم مختلف الأنشطة التي تسود المجتمع، وحجم الاستخدام الشبكاتي لدى المؤسسات والأفراد، والآثار التي تترتب عن ذلك على المستويين الاقتصادي والاجتماعي.

هذه المؤشرات «الثانوية» مجتمعة توفر لنا صورة واضحة المعالم عن طبيعة المشاركة المؤسسية والفردية وحجمها في المجتمع الرقمي، وستكون شاهداً على حضور الظروف التي تسنح لعدد أكبر من المواطنين بتوسيع ممارساتهم الرقمية، وتعميق انتماء مجتمعاتهم بمجتمع المعلومات والمعرفة.

---

(١) حسن مظفر الرزو، «الجاهزية الإلكترونية للبلدان العربية وانعكاساتها المحتملة على فرص تفعيل بيئة اقتصاد المعرفة،» **المستقبل العربي**، السنة ٣٤، العدد ٣٩٦ (شباط/فبراير ٢٠١٢)، ص ٤١ ـ ٥٠.

ويُظهر الجدول الرقم (١ ـ ١) عناصر تقييم الجاهزية الشبكاتية للبلدان العربية عام ٢٠١٣، حيث يلاحظ أن قطر نجحت بامتلاك مكان الصدارة، وتليها خمسة من بلدان الخليج العربي ثم الأردن، كما أن تسلسلها العولمي يقع ضمن الربع الأول من القائمة العولمية للجاهزية الشبكاتية.

الجدول الرقم (١ ـ ١)

عناصر تقييم الجاهزية الشبكاتية للبيئة العربية عام ٢٠١٣

البلد	المرتبة	دليل الجاهزية الشبكاتية	البيئة الرقمية	الجاهزية الإلكترونية	مستوى الاستخدام	التأثير الاجتماعي والاقتصادي
قطر	٢٣	٥,١٠	٥,٢	٥,١	٥,٣	٤,٨
الإمارات	٢٥	٥,٠٧	٥,٠	٥,٢	٥,١	٤,٩
البحرين	٢٩	٤,٨٣	٤,٨	٥,٣	٤,٨	٤,٤
السعودية	٣١	٤,٨٢	٤,٩	٥,٢	٤,٧	٤,٤
عمان	٤٠	٤,٤٨	٤,٦	٤,٩	٤,٤	٤,٠
الأردن	٤٧	٤,٢٠	٤,٢	٥,٠	٣,٨	٣,٧
الكويت	٦٢	٣,٩٤	٣,٩	٤,٩	٣,٩	٣,٠
مصر	٨٠	٣,٧٨	٣,٦	٤,٤	٣,٥	٣,٦
المغرب	٨٩	٣,٦٤	٣,٨	٤,٣	٣,٦	٢,٩
لبنان	٩٤	٣,٥٣	٣,٧	٤,٣	٣,٢	٢,٩
الجزائر	١٣١	٢,٧٨	٢,٦	٤,٠	٢,٤	٢,١
ليبيا	١٣٢	٢,٧٧	٣,٢	٢,٩	٢,٦	٢,٣
سورية(*)	N/A	٢,٧٥	٣,٠	٢,٨	٢,٥	٢,٦
العراق(*)	N/A	٢,٧٠	٢,٩	٢,٥	٢,٦	٢,١
السودان(*)	N/A	٢,٦٥	٢,٥	٢,٣	٢,٨	٢,٢
اليمن	١٣٩	٢,٦٣	٢,٩	٣,٢	٢,٣	٢,١

(*) هذه البيانات تم احتسابها لتعويض غيابها عن تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي.

المصدر: INSEAD (2013), <http://www.insead.edu/home>.

على صعيد آخر، يلاحظ تراجع مراتبية كل من: مصر، والمغرب، ولبنان، والجزائر، وليبيا، الأمر الذي يؤكد وجود أكثر من فجوة في نسيجها الشبكاتي الوطني. أما بقية البلدان العربية، مثل: سورية، والعراق، والسودان، واليمن فإنها تعاني ارتكاساً على صعيد الجاهزية الشبكاتية، والتي ستقف عائقاً

أمام برامجها المستقبلية لترسيخ وتوسيع دائرة أنشطة الحوكمة الإلكترونية، كما ستسهم في حرمان شعوبها من نيل فرص مكافئة للدخول إلى البيئة الرقمية، واستثمار تطبيقاتها لتنمية قدراتها.

وباستثناء الكويت فإن بلدان الخليج العربي نجحت في إلحاق نسيجها الشبكاتي مع كثير من الدول المتقدمة، وبزّت الكثير من دول الشرق الأوسط، بعد أن احتلت مكانة متميزة على صعيد تكامل بنيته الفيزيائية. من جهة أخرى، تراجعت بقية البلدان العربية إلى دون المتوسط، باستثناء الجزائر، وليبيا، واليمن، التي استقرت في قعر قائمة الجاهزية الشبكاتية.

ولا يخفى أن تراجع الجاهزية الشبكاتية سيشكل عقبة أمام انفتاح الفضاء التواصلي على جميع كياناته، من جهة، ويحول دون وفرة الأدوات والتطبيقات المعرفية التي تدعم عملية نمو الحصيلة المعرفية على مستوى الأفراد، والجماعات، والمجتمع.

ب ـ وفرة أدوات الاتصال الرقمي وانتشارها

تتألف البيئة الاتصالية التي يسافر خلالها الفيض التواصلي ـ الرقمي من العمود الفقاري للبنية التحتية الذي ترتكز عليه أدوات المعلومات والاتصالات، وبمختلف مستويات معماريتها الاتصالية. ويتحدد مقدار الفرص الرقمية التي يمكن أن يستثمرها المستخدم المعاصر من الخدمات المعلوماتية المطروحة في محيطه المعلوماتي، بمستوى الجاهزية الإلكترونية الذي تتمتع به أدوات الاتصال والتواصل الرقمي المتوفرة في هذه البيئة.

ورغم القناعة التي ترسخت لدى صنّاع القرار بالوطن العربي بطبيعة الدور الحاسم الذي يمكن أن تمارسه هذه الأدوات في إعادة تشكيل عناصر الواقع، وترسيخ مرتكزات التنمية، وتطوير قدرات المجتمع، وسعيهم الدائم إلى تطوير حضورها في مجتمع المعلومات ـ العربي المعاصر، إلا أن ما يمكن أن تلمسه على أرض الواقع الرقمي، هو أن جل البلدان العربية ما زالت تعاني أفول القدرات المعلوماتية والاتصالية عن ساحة بيئتها الرقمية، نتيجة جملة من الظروف التي تفرزها بيئاتها المحلية. فتترجح الأسباب بين عدم كفاية الموارد المالية، أو عدم رسوخ الاستقرار الأمني والسياسي، أو غياب استراتيجية وطنية، واضحة المعالم، قادرة على توجيه مسارات الخطط التنموية بهذا القطاع الحيوي نحو الاتجاه الأمثل، أو عدم تكامل برامج بناء قدرات مواردنا البشرية مع الفرص التي يمكن أن توفرها هذه الأدوات الفريدة لمن أحسن استخدامها بنهج رشيد.

وتُظهر بيانات الجدول الرقم (١ ـ ٢) أن دور خطوط الهواتف الأرضية في عملية الاتصال بفضاء المعلومات قد تراجع قبالة شبكات الهواتف المحمول، وشبكات الحواسب. وفي الوقت ذاته تستمر حالة التفوق الاتصالي لبلدان الخليج العربي على صعيد نسب الحضور الاتصالي لهذه الخدمات، فتتجاوز نسبة ١٣٠ بالمئة، بينما تليها بلدان أخرى (تجاوزت عتبة النسبة ١٠٠ بالمئة) مثل: الأردن، ومصر، وتونس، وليبيا، والمغرب. بينما تراجعت بقية البلدان العربية عن هذه النسبة.

الجدول الرقم (١ ـ ٢)

نسب حضور أدوات المعلومات والاتصالات وتغلغلها في حياة المواطن العربي

البلد	عدد الخطوط لكل ١٠٠ مواطن		دليل أدوات المعلومات والاتصالات
	الخطوط الهاتفية الأرضية	الخطوط الهاتفية المحمولة	
السعودية	١٦,٣٣	١٨٩,٢٤	٢,٨٢
قطر	١٧,٩٢	١٦٣,٦١	٢,٧٨
الإمارات	٢١,٤٩	١٣٨,٠٦	٢,٥٩
عمان	١٠,٠٥	١٦٨,١٩	٢,٣٨
البحرين	١٨,٤١	١٢٨,٦٢	٢,٣٧
الكويت	١٤,١٥	١٣٤,٥١	٢,٣٤
الأردن	٦,٧٩	١١٩,٧٥	١,٧٩
لبنان	٢١,٦٠	٨٠,٢٥	١,٦٤
مصر	١٠,٧١	١٠٢,٥٦	١,٤٧
فلسطين	٩,١٠	٦٧,٧١	١,١٦
سورية	٢٠,٤٩	٥٩,٨٣	١,١٣
العراق	٥,٧٩	٧٢,٧٤	١,٠٣
ليبيا	١٦,٨٧	١٦٦,٦٧	٢,٢١
المغرب	١١,٠٠	١١٢,٧٥	١,٧٢
تونس	١١,٣٥	١١٥,٤٢	١,٧١
الجزائر	٨,٥٠	٩٦,٢٦	١,٣٦
السودان	١,١٥	٥٩,٨٩	٠,٨٣
اليمن	٤,٤٢	٥١,٥٤	٠,٧٤

المصدر: *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013* (Dubai: Madar Research and Development, 2013).

ويصح الأمر ذاته بالنسبة إلى مستوى حضور الحواسب، ووفرة خدمة الإنترنت، الأمر الذي انعكست تأثيراته، بصورة جليّة، على قيمة دليل مستوى استخدام أدوات المعلومات والاتصالات في هذه البلدان، والذي تحتسب قيمته بواسطة أنموذج رياضي يستمد مدخلاته من القيم العددية لهذه النسب.

ج ـ مستوى التطور في أدوات المعلومات والاتصالات

يسهم تطور أدوات المعلومات والاتصالات في دعم الأنشطة الاتصالية والتواصلية التي يوظفها المستخدم العربي في ترسيخ حضوره الرقمي. ويستخدم دليل وعناصر تطوّر أدوات المعلومات والاتصالات لتحديد مستوى الوفرة الذي تتمتع به البيئة الوطنية للوصول إلى خدمة الإنترنت، وطبيعة الاستخدام، ومستوى المهارة والخبرة التي يتمتع بها أفراد المجتمع.

وتكاد تتكرر التراتبية ذاتها في الجدول الرقم (١ ـ ٣) على ما كانت عليه في تراتبية عناصر الجاهزية الشبكاتية، باستثناء تقدم لبنان على عُمان، وبقاء البلدان العربية التي تخلّفت ضمن دليل الجاهزية الشبكاتية، متخلفة على صعيد تطوّر أدوات المعلومات والاتصالات.

الجدول الرقم (١ ـ ٣)

دليل وعناصر تطوّر أدوات المعلومات والاتصالات في الوطن العربي

المرتبة العولمية	البلد	عناصر الدليل			دليل تطوّر أدوات المعلومات والاتصالات
		الوصول للخدمة	الاستخدام	المهارة	
٣١	قطر	٧,١٠	٥,٧٩	٦,٩٢	٦,٥٤
٣٣	الإمارات	٧,٣١	٥,١٨	٧,٨٠	٦,٤١
٣٩	البحرين	٧,٢٥	٤,٧٥	٧,٤٧	٦,٣٠
٥٠	السعودية	٦,٧٦	٣,٦٧	٧,٦٠	٥,٦٩
٥٢	لبنان	٦,٠٤	٣,٥٤	٧,٦٨	٥,٣٧
٥٤	عمان	٥,٧٤	٤,٠٧	٧,١٨	٥,٣٦
٧٦	الأردن	٤,٩٥	١,٩٢	٧,٣٥	٤,٢٢
٨٦	مصر	٤,٢٠	٢,٥١	٥,٨٠	٣,٨٥
٨٩	المغرب	٤,٦٧	٢,٢٨	٥,٠٣	٣,٧٩
٩١	تونس	٣,٩٥	١,٨٢	٦,٩٥	٣,٧٠
١٠٢	سورية	٤,٢٠	٥,٩٧	٥,٧٧	٣,٢٢
١٠٦	الجزائر	٣,٦٠	٠,٦٨	٦,٨٢	٣,٠٧
١١٩	السودان	٢,٦٢	١,٢٦	٣,٨٨	٢,٣٣
١٢٧	اليمن	٢,٠٩	٠,٦٢	٤,٠٤	١,٨٩

المصدر: International Telecommunication Union [ITU], *Measuring the Information Society 2013* (Geneva: ITU, 2013), <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf>.

من جهة أخرى، يلاحَظ أن تراتبية مؤشر مهارة الاستخدام لا تتوافق مع التراتبية الخاصة بقيم الدليل. ويعود السبب إلى أن عناصر التفوّق في بعض البلدان (مثل البلدان الخليجية الغنيّة) يعول على تكامل أداء بنيتها التحتية الوطنية، والتي تتيح فرصاً أفضل بالوصول إلى الخدمة، بينما تُعَدُّ المهارة من الأمور الفردية التي يتميز بها المواطن، فتجعله يتميز بفرصة أفضل للالتحاق بالبيئة الرقمية على المستوى الفردي.

د ـ مستويات حضور أدوات المعلومات والاتصالات

لما كانت أدوات المعلومات والاتصالات تُعَدُّ البوابة الطرفية للدخول إلى الفضاء الرقمي الاتصالي، فإن وفرتها، وارتفاع مستويات حضورها سيسهم في زيادة الفرصة امام المزيد من المواطنين العرب للدخول إلى الفضاء الاتصالي، والمشاركة بأنشطته التواصلية المختلفة.

ويستخدم دليل استخدام أدوات المعلومات والاتصالات في بيان وتقييم مستويات حضور أدوات المعلومات والاتصالات في البيئة الوطنية. وتعتمد قيمة هذا المؤشر على مجموعة من المتغيرات التي ترتبط بمستوى حضور أدوات الاتصال (الهواتف الثابتة، والمحمولة)، وأدوات المعلومات (الحواسيب، والحواسيب اللوحية) ونسب تغلغلها في المجتمع.

وتُعَد قيمة هذا الدليل مؤشراً يحدد مستوى استخدام أدوات المعلومات والاتصالات وأعداد المستخدمين الذين تتوافر أمامهم الفرصة للولوج في بوابات الوصول إلى البيئة الرقمية، ويتمتعون بمهارات كافية تدعم استثمارهم لخدماتها التواصلية المتنوعة (انظر الجدول (١ ـ ٤)).

وتتمتع البلدان العربية الغنية بفرصة ازدياد نسبة حضور أدوات المعلومات والاتصالات في بيئتها الرقمية، ووفرة الحواسب لدى مواطنيها. كما يسمح الدخل المرتفع، وتوافر بنية تحتية جيدة لديها، بمنح طبقة عريضة من المجتمع فرصة الدخول إلى البيئة الرقمية، وتوظيف المزيد من التطبيقات الرقمية، بالمقارنة مع البلدان العربية التي لا تتمتع ببيئة اقتصادية نشطة.

ولا يعد هذا الأمر قاعدة صحيحة على الدوام، فهناك استثناءات ترسخها رغبة المواطن العربي، في بلدان أخرى، على استثمار كل ما لديه لاقتناء أدوات المعلومات والاتصالات لضمان فرصة الدخول إلى البيئة الرقمية، الأمر الذي يرقى ببعض البلدان العربية التي لا تتمتع بثراء كبير إلى أن تتفوق على بلدان عربية أكثر منها ثراءً (انظر مثلاً الأردن، والمغرب، وتونس بالمقارنة مع بلدان مثل العراق، والجزائر).

الجدول الرقم (١ ـ ٤)

دليل استخدام أدوات المعلومات والاتصالات للوطن العربي

المرتبة	البلد	عدد السكان	عدد مشتركي الهاتف المحمول	عدد مشتركي الهواتف الثابتة	عدد مستخدمي الإنترنت	عدد الحواسيب	دليل استخدام أدوات المعلومات
١	السعودية	٢٨,٣٧٦,٣٥٥	٥٣,٧٠٠,٠٠٠	٤,٦٣٣,١٠٠	١٣,٦٠٠,٠٠٠	٨,٠٩٨,٢٧٦	٢,٨٢
٢	قطر	١,٧٠٧,٧٥٦	٢,٧٩٤,٠٤٣	٣٠٥,٩٦٩	٨٥٤,٩٥٨	٧٩٨,٧١٥	٢,٧٨
٣	الإمارات	٨,٤٩٤,٧٠٧	١١,٧٢٧,٤٠١	١,٨٢٥,٤٩٦	٤,٥٧٤,٥٧٨	٣,٨٦٢,١٧٧	٢,٥٩
٤	عمان	٢,٨٥٩,٤٥٧	٤,٨٠٩,٢٤٨	٢٨٧,٣٢٣	١,١٤٦,٨٨٠	٥٥١,٧١٤	٢,٣٨
٥	البحرين	١,٣١٦,٧٥٠	١,٦٩٣,٦٥٠	٢٤٢,٤٠٧	٧١٥,٩٢٨	٤٦٩,٣٦٠	٢,٣٧
٦	الكويت	٣,٦٩٧,٢٩٢	٤,٩٧٣,١٦٠	٥٢٣,١٦١	١,٨٥٣,٣٩٤	١,٣٠٥,٩٥٥	٢,٣٤
٧	ليبيا	٦,٠٠٠,٠٠٠	١٠,٠٠٠,٠٠٠	١,٠١٢,١٠٠	١,٣٥٥,٧٩٦	٨٩٢,٦٠١	٢,٢١
٨	الأردن	٦,٢٤٩,٠٠٠	٧,٤٨٣,٠٠٠	٤٢٤,٠٠٠	٢,١٨٧,٥١٩	١,١٠٨,٨٦٦	١,٧٩
٩	المغرب	٣٢,٤١٩,٨٠٠	٣٦,٥٥٤,٠٠٠	٣,٥٦٦,٠٧٦	١٢,٧٢٨,٤٦٤	٣,٠٤٥,٩٣٩	١,٧٢
١٠	تونس	١٠,٧٣٢,٤٧٠	١٢,٣٨٧,٦٥٦	١,٢١٧,٧٨١	٣,٤٣٢,٩٨٨	١,٢٧٢,٦٤٣	١,٧١
١١	لبنان	٤,٢٢٢,٨٣٦	٣,٣٨٩,٠٠٠	٩١٢,١٣٢	١,٧٣٠,٩١٤	٩١٠,٩٦٥	١,٦٤
١٢	مصر	٨١,٣٤٨,٤٢١	٨٣,٤٣٠,٠٠٠	٨,٧١٤,٢٠٠	٢١,٧٦١,٤٠٠	٥,٨٧٨,٨١٠	١,٤٧
١٣	الجزائر	٣٧,١٠٠,٠٠٠	٣٥,٧١١,١٥٩	٣,١٥٣,٥٠٠	٧,٧٦٧,٦٤١	٣,٧٦٣,٦٠٧	١,٣٦
١٤	فلسطين	٤,٢٣١,٠٨٤	٢,٨٦٥,٠٠٠	٣٨٥,٠٥٧	١,٢٨٠,١٧٢	٣٩٦,٧٧٠	١,١٦
١٥	سورية	٢١,٣٨١,١١١	١٢,٧٩١,٦٤٧	٤,٣٨١,١٠٠	٥,١١٣,٧٤٩	١,٨١٩,٦٩٠	١,١٣
١٦	العراق	٣٣,٥٦٤,٣٢٥	٢٤,٤١٣,٦٥٦	١,٩٤٥,٠٠٠	٥,٥١٠,٥٥٦	٢,٥٤٥,٧٦١	١,٠٣
١٧	السودان	٤١,٩١٩,٣٦٨	٢٥,١٠٧,٣٤٣	٤٨٣,٦١٧	٦,٩٥٩,٥١٧	٢,٠٦٨,٤٣٦	٠,٨٣
١٨	اليمن	٢٤,٣١٢,٠٠٠	١٢,٥٣٠,٢٣٥	١,٠٧٥,٤١٢	٣,٣٢٧,٥٥٨	٩٣٨,٦٢٣	٠,٧٤
المجموع		**٣٤٩,٩٣٢,٨٣١**	**٣٤٦,٣٦٠,١٩٨**	**٣٥,٠٨٧,٤٣١**	**٩٥,٨١٢,٠١٢**	**٣٩,٧٢٨,٩٠٨**	**١,٤٨**

المصدر: المصدر نفسه.

وقد ابتكر مركز «مدار» (MADAR) دليلاً جديداً لتقييم كفاية البيئة المعلوماتية العربية، وأطلق عليه **دليل الأداء الرقمي العربي**[٢]. وقد احتوى هذا الدليل على جل المتغيرات التي يمكن توظيفها لتقييم المستوى الذي بلغته البيئة الرقمية في مختلف البلدان العربية. وقد تضمنت هذه المتغيرات:

ـ دليل التنافسية العولمي الذي يحدد مستوى القدرة التنافسية للبلاد وقدرتها على فرض حضورها قبالة حضور الآخر.

ـ دليل الجاهزية الشبكاتية الذي يحدد مستوى تكامل البيئة الشبكاتية التي يسري فيها الفيض الرقمي لبيئة الإنترنت وتطبيقاتها.

ـ دليل نمو أدوات المعلومات والاتصالات الذي يحدد مسار النمو المعلوماتي والاتصالي في البيئة المحلية.

ـ دليل الابتكار العولمي الذي يمكن أن يحدد معالم أنشطة الابتكار التي تمارس داخل حدود مجتمع المعلومات والمعرفة العربي.

ـ دليل الاقتصاد المعرفي الذي يحدد مستويات انتشار أنشطة التجارة الإلكترونية، وصناعة المحتوى الرقمي، وتسليع المفردات المعرفية في حدود البيئة الرقمية الوطنية.

ـ دليل نمو الحكومة الإلكترونية الذي يعكس مستوى الحوكمة الرقمية التي تمارسه بيئات الحكومات الإلكترونية العربية على صعيد تسيير دفة مختلف أنماط الأنشطة المؤسساتية والمجتمعاتية.

ويوفر هذا الدليل مشهداً متكاملاً لواقع البيئة الرقمية في البلدان العربية، فيحدد المرتبة النهائية لكل بلد عربي ضمن البيئة الرقمية العولمية.

ويظهر من الجدول الرقم (١ ـ ٥) أن المراتب الستة الأولى، قد استأثرت بها بلدان خليجية، هي على التوالي: الإمارات، وقطر، والبحرين، والسعودية، وعمان، والكويت. بينما جاء الأردن بالمرتبة السابعة، واستقر اليمن في قعر القائمة حيث تغيب عن بيئتها الكثير من مقومات تكامل البيئة الرقمية.

ثالثاً: البنية الاتصالية لفضاء الإنترنت

تتركب البنية الاتصالية للإنترنت من معمارية رقمية، تنتشر على ساحة فضائها الرقمي مجموعة متنوعة من العقد المعلوماتية، وتستقر عند أطرافه أدوات المعلومات والاتصالات التي تمهد طريقاً سالكاً أمام سفر الفيض الرقمي بين أفراد شبكات التواصل الاجتماعي على عموم رقعة النسيج الشبكاتي، حيث تتواجد خدمة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة.

(٢) *Arab Knowledge Economy Report 2014: Youth and Localization of Knowledge* (Dubai: Madar Research and Development, 2014).

الجدول الرقم (١ ـ ٥)

عناصر دليل الأداء الرقمي للبلدان العربية لعامي ٢٠١٣ ـ ٢٠١٤

المرتبة	البلد	عناصر دليل الأداء الرقمي (E-Performance Index)						قيمة الدليل
		دليل التنافسية العولمي	دليل الجاهزية الشبكاتية	دليل نمو أدوات المعلومات	دليل الابتكار العولمي	دليل الاقتصاد المعرفي	دليل نمو الحكومة الإلكترونية	
١	الإمارات	٧٢,٨٦	٧٢,٤٣	٦٤,١	٤١,٨٧	٦٩,٤	٧٣,٤٤	٦٥,٦٨
٢	قطر	٧٧,١٤	٧٢,٨٦	٦٥,٤	٤١,٠	٥٨,٤	٦٤,٠٥	٦٣,١٤
٣	البحرين	٦٥,٧١	٦٩,٠	٦٣,٠	٣٦,١٣	٦٩,٠	٦٩,٤٦	٦٢,٠٥
٤	السعودية	٧٤,٢٩	٦٨,٨٦	٥٦,٩	٤١,٢١	٥٩,٦	٦٦,٥٨	٦١,٢٤
٥	عمان	٦٧,١٤	٦٤,٠	٥٣,٦	٣٣,٢٥	٦١,٤	٥٩,٤٤	٥٦,٤٧
٦	الكويت	٦٥,٧١	٥٦,٢٩	٥٠,٠	٤٠,٠٢	٥٣,٣	٥٩,٦	٥٤,١٥
٧	الأردن	٦٠,٤٣	٦٠,٠	٤٢,٢	٣٧,٣	٤٩,٥	٤٨,٨٤	٤٩,٧١
٨	لبنان	٥٥,٧١	٥٠,٤٤	٥٣,٧	٣٥,٤٧	٤٥,٦	٥١,٣٩	٤٨,٧٢
٩	تونس	٦٣,٨٦	٥٨,٨٦	٣٧,٠	٣٥,٨٢	٤٥,٦	٤٨,٣٣	٤٨,٢٤
١٠	مصر	٥٢,٨٦	٥٤,٠	٣٨,٥	٢٨,٤٨	٣٧,٨	٤٦,١١	٤٢,٩٦
١١	المغرب	٥٨,٥٧	٥٢,٠	٣٧,٩	٣٠,٨٩	٣٦,١	٤٢,٠٩	٤٢,٩٣
١٢	الجزائر	٥٢,٨٦	٣٩,٧١	٣٠,٧	٢٣,١١	٣٧,٩	٣٦,٠٨	٣٦,٧٣
١٣	سورية	٥٥,٠	٤٠,٧١	٣٢,٢	٢٣,٧٣	٢٧,٧	٣٧,٠٥	٣٦,٠٧
١٤	اليمن	٤٢,٨٦	٣٧,٥٧	١٨,٩	١٩,٣٢	١٩,٢	٢٤,٧٢	٢٧,٠٩

المصدر: *Arab Knowledge Economy Report 2014: Youth and Localization of Knowledge* (Dubai: Madar Research and Development, 2014).

١ ـ بوابات التواصل الرقمي

تُعَدُّ منافذ الوصول إلى الخدمة المعلوماتية مؤشراً حاسماً على حضور أدوات الاتصال والتواصل الرقمي بالمجتمع، وتستقر على رأس قائمة هذه الأدوات الحواسب، وبمختلف أشكالها التي تتوافر بين يدي المستخدم العربي في الوقت الحاضر.

ويظهر الجدول الرقم (١ ـ ٦) انتشار الحواسب في مختلف بلدان وطننا العربي، على صعيد أعدادها، ومستوى تغلغلها في البيئة المعلوماتية، ونسب استخدامها للدخول إلى فضاء المعلومات.

الجدول الرقم (١ ـ ٦)

نسبة النمو بالحواسب ووفرتها بالبلدان العربية خلال العامين ٢٠١٠ ـ ٢٠١١

المرتبة	البلد	عدد الحواسب ٢٠١٠	عدد الحواسب ٢٠١١	النسبة المئوية للنمو السنوي	النسبة المئوية للتغلغل	نسبة مستخدم الإنترنت للحاسب
١	الجزائر	٢,٩٦١,٥٥١	٣,٧٦٣,٦٠٧	٢٧,٠٨	١٠,١٤	٢,٠٦
٢	العراق	٢,٠٦٧,٤٨٩	٢,٥٤٥,٧٦١	٢٣,١٣	٧,٥٨	٢,١٦
٣	المغرب	٢,٥٣٦,٩٨٦	٣,٠٤٥,٩٣٩	٢٠,٠٦	٩,٤٠	٤,١٨
٤	السودان	١,٨٢٦,٩٠٨	٢,٠٦٨,٤٣٦	١٣,٢٢	٤,٩٣	٣,٣٦
٥	السعودية	٧,١٥٣,١٤٨	٨,٠٩٨,٢٧٦	١٣,٢١	٢٨,٥٤	١,٦٨
٦	عمان	٤٩٨,٩١١	٥٥١,٧١٤	١٠,٥٨	١٩,٢٩	٢,٠٨
٧	الكويت	١,١٨٤,٦٣١	١,٣٠٥,٩٥٥	١٠,٢٤	٣٥,٣٢	١,٤٢
٨	لبنان	٨٢٩,٥٢٠	٩١٠,٩٦٥	٩,٨٢	٢١,٥٧	١,٩٠
٩	الأردن	١,٠١٢,٤١٣	١,١٠٨,٨٦٦	٩,٥٣	١٧,٧٤	١,٩٧
١٠	مصر	٥,٤١٣,٩٧٢	٥,٨٧٨,٨١٠	٩,٥٩	٧,٢٣	٣,٦٩
١١	اليمن	٨٦٦,١٩٢	٩٣٨,٦٢٣	٨,٣٦	٣,٨٦	٣,٥٥
١٢	قطر	٧٣٧,١٨٤	٧٩٨,٧١٥	٨,٣٥	٤٦,٧٧	١,٠٧
١٣	تونس	١,١٧٥,١٩١	١,٢٧٢,٦٤٣	٩,٢٩	١١,٨٦	٢,٧٠
١٤	الإمارات	٣,٥٧٩,٧٥٢	٣,٨٦٢,١٧٧	٧,٨٩	٤٥,٤٧	١,١٨
١٥	فلسطين	٣٦٨,٩٨٩	٣٩٦,٧٧٠	٧,٥٣	٩,٣٨	٣,٢٣
١٦	البحرين	٤٥٤,٨٤٧	٤٦٩,٣٦٠	٣,١٩	٣٥,٦٥	١,٥٣
١٧	سورية	١,٧٩٧,٨٨٦	١,٨١٩,٦٩٠	١,٢١	٨,٥١	٢,٨١
١٨	ليبيا	٩٩١,٧٧٩	٨٩٢,٦٠١	−١٠,٠	١٤,٨٨	١,٥٢
المجموع		**٣٥,٤٥٧,٣٤٩**	**٣٩,٧٢٨,٩٠٨**	**١٢,٠٥**	**١١,٣٥**	**...**

المصدر: Madar, *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013.*

يبدو واضحاً أن أكثر الدول التي تمتلك مرتبة متقدمة على صعيد نسبة النمو في عدد حواسيبها، هي تلك الدول التي لم تتوافر لدى مواطنيها فرصة اقتنائها خلال العقدين الماضيين لظروف فرضها واقع هذه البلدان، بينما لم تحتل بلدان الخليج العربي مكان الصدارة لسببين: **أحدهما** بلوغ مرحلة مقاربة الاكتفاء؛ و**ثانيهما**، توجُّه مواطنيها إلى أدوات التواصل اللوحية، أو الهواتف الذكية التي بدأت تمارس مهمة التواصل بكفاءة وسهولة أكبر مما هي عليه في الحواسب المحمولة أو المكتبية. أما التراجع الملحوظ في ليبيا فيُعزى إلى تداعيات التغييرات السياسية، في حين أن الثورة السورية وانعكاساتها الاقتصادية قد جعلتها تستقر في نهاية القائمة.

أما على صعيد التغلغل الذي تمارسه هذه الأدوات في المحيط المعلوماتي العربي، فنلاحظ تغييراً جلياً على صعيد المشهد العربي. إذ تعاود بلدان الخليج العربي تصدرها للقائمة، في حين تتراجع الدول التي ترتفع فيها كلفة الوصول إلى خدمة الإنترنت. ورغم ارتفاع نسبة مستخدمي الحاسب للدخول إلى خدمة الإنترنت إلى ١ في جميع البلدان العربية، إلا أن بلداناً مثل المغرب، ومصر، والسودان، واليمن قد تجاوزت قيمة هذه النسبة إلى ٣ مستخدمين للحاسب الواحد، والذي يمكن أن يُعزى إلى المشاركة ضمن حدود العائلة الواحدة باستخدام الحاسب للدخول إلى البيئة الرقمية، أو اللجوء إلى مراكز عامة للخدمة بسبب صعوبة اقتناء الحاسب لارتفاع ثمنه. بينما تشترك جل البلدان العربية بنسبة استخدام الحاسب إلى مستخدمين.

من جهة أخرى تظهر حصيلة بيانات الجدول أن عدد الحواسب المتوافرة لدى أفراد وطننا العربي لم تتجاوز ٣٩,٧٢٨,٩٠٨ حاسب، وبنسبة تغلغل منخفضة لم تتجاوز ١١,٣٥ بالمئة؛ الأمر الذي قد يشكّل عائقاً أمام فرصة الوصول لشريحة واسعة من المجتمع، أو قد يوجه المستخدمين نحو أدوات اتصالية من نمط آخر مثل الهواتف الذكية، أو الأجهزة اللوحية (انظر الجدول الرقم (١ ـ ٧)).

الجدول الرقم (١ ـ ٧)

نسب الأدوات المستخدمة في الاتصال والتواصل المعلوماتي بالوطن العربي عام ٢٠١٢

فئة الأداة	النوع	النسبة المئوية للوفرة
الحواسب	حاسب مكتبي	٤٩
	حاسب محمول	٦٣
أجهزة لوحية	نظام IOS	١٢
	نظام Android	٨
	نوع Kindle	١
	أخرى	١
هواتف ذكية	نظام Android	٢٥
	نظام IOS	١٧
	نظام Blackberry	١١
	نظم تشغيل أخرى	١٨
أجهزة أخرى	متنوعة	٧

٢ ـ مضيفات فضاء الإنترنت

يُعَدُّ مؤشر وفرة مجهِّزي خدمة الإنترنت، من المؤشرات الحاسمة التي تحدد مستوى حضور الخدمة المعلوماتية

التي يمكن لأدوات الاتصال والتواصل أن تمارسها ضمن محيط المعلومات. ويظهر في الجدول الرقم (١ ـ ٨) النمو الحاصل في عدد مجهِّزي الخدمة في البلدان العربية خلال السنوات ٢٠٠٠ ـ ٢٠١٠، حيث يلاحَظ وجود تباين واضح بنزعة النمو التي تحققت على عموم رقعة وطننا العربي.

الجدول الرقم (١ ـ ٨)

عدد مجهزي خدمة الإنترنت في بلدان وطننا العربي ٢٠٠٠ ـ ٢٠١١

البلد	عدد مجهزي الخدمة ٢٠٠٠	عدد مضيفات الخدمة ٢٠١١	عدد مجهزي الخدمة ٢٠١١
الجزائر	٢	٥٧٢	٢,٦٢٥,٠٤٨
البحرين	١	٥٣,٩٤٤	٤٠٧,٧٦٤
مصر	٥٠	١٨٧,١٩٧	٨,٤٤٩,٣٢٧
العراق	١	٩	١٩٤,٥١٦
الأردن	٥	٤٢,٤١٢	٥٧٨,١٣٩
الكويت	٣	٢,٤٨٥	١,٦٠٢,٦٠٩
لبنان	٢٢	٥١,٤٥١	٤٦٧,٥٤٦
ليبيا	١	١٢,٤٣٢	٣٠٨,١٠٤
المغرب	٨	٢٧٧,٧٩٣	٣,٣٩٥,٢٠١
عمان	١	٩,١٤٤	٣٥٥,١٧٥
فلسطين	...	...	٢٥٦
قطر	١	٨٢٢	٦٥٧,٦٧١
السعودية	٤٢	٤٨٨,٥٩٨	٤,٤٤١,٨٨٠
السودان	١	٧٠	٢٨٨,٤٠٤
سورية	١	٨,١١٤	٧٢٠,٦٠٧
تونس	١	٤٩٠	٢,٧٢٩,٤٠٥
الإمارات	١	٣٧٩,٣٠٩	٢,٨٧٥,٩٩٢
اليمن	١	٢٥٥	٥٤,٢٢٠

المصدر: Ilhem Allagui and Harris Breslow, «The Disruption of Online Habitus: Flow, Cyberculture, and the Public Sphere amongst Diasporic Groups in the UAE,» in: Sabine Baumann, ed., *Cybercultures: Cultures in Cyberspace Communities* (Oxford: InterDisciplinary Press, 2013).

إن الطفرة التي تحققت بالبلدان العربية خلال هذه الأعوام، (ورغم عدم بلوغها ما تم تحقيقه في دول المنطقة مثل تركيا، وإيران، وإسرائيل) الا أنها يمكن أن تُعَدَّ قفزة نوعية نحو حضور عربي أكبر في فضاء المعلومات.

٣ ـ سعة حزم فضاء الإنترنت

يعد رواج خدمة الإنترنت بالحزمة العريضة[٣] مؤشراً أساسياً على توافر بيئة داعمة لممارسة طيف واسع من الأنشطة المعلوماتية التي تلتحق بفضاء مجتمع المعلومات والمعرفة المعاصر. وتمنح الميزات الفريدة التي تتسم بها هذه الخدمة الأفراد الذين تتوافر بين أيديهم القدرة على ممارسة طيف واسع من الممارسات الرقمية التي تعمّق حضوره في البيئة الثرية للإنترنت. (انظر الجدول الرقم (١ ـ ٩)).

الجدول الرقم (١ ـ ٩)

سعة حزم خدمة الإنترنت وقدرتها على تلبية الحاجات الاتصالية للمستخدم(*)

النشاط	حجم الملف جيجا بايت	سعة الحزمة المطلوبة والوقت المستغرق لكل نشاط			
		١ ميغابِتْ/ث	١٠ ميغابِتْ/ث	٣٠ ميغابِتْ/ث	١٠٠ ميغابِتْ/ث
مواقع رسومية	٠,٠٠١	٤ ثوان	أقل من ثانية	أقل من ثانية	أقل من ثانية
مؤثرات صوتية	٠,٠١	٤٠ ثانية	٤ ثوان	١ ثانية	أقل من ثانية
ألبوم موسيقي	٠,١٠	١٣ دقيقة	١ دقيقة	٢٧ ثانية	٨ ثوان
٢٥٠ صورة	٢,٠٠	٤,٥ ساعة	٢٧ دقيقة	٩ دقائق	٢,٥ دقيقة
فيلم فيدوي	٤,٥٠	١٠ ساعات	١ ساعة	٤,٥٠ دقيقة	٦ دقائق
ساعة فيلم شخصي	١٢	٢٧ ساعة	٢,٥ ساعة	٥٣ دقيقة	١٦ دقيقة
استرجاع مباشر	١٥٠	١٤ يوماً	١,٥ يوم	١١ ساعة	٣,٥ ساعة

(*) الجزء المظلل يؤشر إلى تراجع جودة المحتوى الرقمي عن المعايير المعتمدة في تداول المحتوى بالبيئة الرقمية، وعدم تلبيتها لحاجات المستخدم.

المصدر: Natalija Gelvanovska, Michel Rogy, and Carlo Maria Rossotto, *Broadband Networks in the Middle East and North Africa Accelerating High-Speed Internet Access* (Washington, DC: The World Bank 2014), <file:///C:/Users/User/Downloads/9781464801129.pdf>.

من أجل هذا فقد حرصت الكثير من البلدان العربية على إدخال الحزمة العريضة لخدمات الإنترنت في بيئتها الرقمية لما لها من فوائد جمة على صعيد دعم أنشطة التجارة الإلكترونية، وبسط

(٣) يستخدم الاتحاد الدولي للاتصالات إصطلاح حزمة الإنترنت العريضة لوصف الموارد الرقمية التي توفر خدمات معلوماتية مستمرة، وبسرعة تناقل معلومات تزيد على ٢٥٦ كيلو بِتْ/ث.

أنشطة الحوكمة الإلكترونية، وتوفير طيف واسع من الخدمات المعلوماتية التي تدعم الحضور الرقمي للمواطنين في فضاء مجتمعها المعرفي، من جهة، وضمان بسط خدماتها الرقمية، من جهة أخرى.

وتتوافر الخدمة الرقمية العريضة على نطاقين: **الأول**، نطاق الخدمة العريضة الثابتة التي تطرح من طريق الخطوط الهاتفية الأرضية؛ ونطاق **ثانٍ**، يوفر الخدمة المعلوماتية عن طريق خطوط الهواتف المحمولة.

وتظهر البيانات المناطقية أن نسب انتشار الخدمات الرقمية العريضة في بلدان الخليج العربي تتفوق على بقية المناطقة وبنسبة بلغت ٧,٣٩ بالمئة، وتأتي بعدها بلدان شمال أفريقيا وبنسبة انتشار بلغت ٥,٦١ بالمئة، بينما استقرت السودان واليمن في نهاية القائمة وبنسبة لم تتجاوز ٠,٤٦ بالمئة (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٠)).

الجدول الرقم (١ ـ ١٠)

نسب انتشار الخدمات الرقمية العريضة في المناطق الجغرافية المختلفة بالوطن العربي وعدد المواطنين العرب الذين يتمتعون بها

المنطقة	عدد المواطنين الذين يستخدمون الخدمة العريضة	نسبة انتشار الخدمة العريضة (بالمئة)
بلدان الهلال الخصيب	٢,٥٠٦,١٨٨	١,٦٦
بلدان الخليج العربي	٣,٤٣٣,٧١٦	٧,٣٩
بلدان شمال أفريقيا	٤,٨٣٧,٥٠٢	٥,٦١
السودان واليمن	٣٠٧,٥٠٠	٠,٤٦
المجموع	**١١,٠٨٤,٩٠٦**	**٣,١٧**

المصدر: ITU, *Measuring the Information Society 2013.*

وقد نجح الكثير من البلدان العربية في إدخال نطاق خدمات الإنترنت العريضة بواسطة الخطوط المحمولة، بعد استكمال الشوط مع إدخال الخدمة عبر الخطوط الهاتفية الثابتة، باستثناء بضعة بلدان ما زالت تفتقر إلى النطاق الثاني من خدمات الحزمة العريضة، مثل: الجزائر، والعراق.

ويتباين مستوى انتشار خدمات الحزمة العريضة، بنطاقيها الأول والثاني، بيد أن ارتفاع نسبة انتشار النطاق الثاني يمكن أن يعد مؤشراً على انتعاش مظاهر الحضور المعلوماتي للمواطن الذي بات الهاتف المحمول يصاحبه حيثما حل وارتحل، بينما لا تتوافر أمامه فرصة استخدام خدمات النطاق الأول إلا عند وجوده في المنزل، أو المدرسة، أو مكان العمل (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١١)).

الجدول الرقم (١ ـ ١١)

خصائص خدمة الإنترنت العريضة في الوطن العربي(*)

البلد	سرعة الخدمة العريضة ميغابِتْ/ث	الخدمة العريضة الثابتة		الخدمة العريضة المحمولة	
		نسبة الانتشار بالمئة	الكلفة منسوبة إلى الحصة الشهرية من الدخل الإجمالي القومي	نسبة الانتشار بالمئة	الكلفة منسوبة إلى الحصة الشهرية من الدخل الإجمالي القومي
البحرين	١,٨٣	٨٨,٩٠	٢,٠	٧٤,٢٤	١,٨
الإمارات	٢,٧٤	٦٩,٤٠	١,٢	٦٩,٢٣	٠,٧
الكويت	٢,٨٨	٣٢,١٠	٠,٣	٦٧,٧٨	٠,٥
قطر	٢,٦٨	٦٦,٤٠	٠,٧	٦٤,٤٤	٠,٢
عمان	١,٣٥	٢٥,٧٠	١,٥	٥٦,٩٥	٠,٨
مصر	٠,٩٥	١٤,١٠	٣,٣	٥٦,٣٧	٧,١
السعودية	٣,٥٣	٥١,٧٠	٠,٣	٥٥,٨٩	٠,٨
الأردن	١,٧٨	٢٥,٤٠	٥,٣	٥٢,٦٩	٢,٨
لبنان	٠,٥٩	٢٩,٦٠	٢,٤	٢٦,٦٥	٤,٨
ليبيا	٠,٧٧	٨,٦٠	٢,٠	٢٣,٣٥	١٠,٠
المغرب	٢,٠٣	١٠,٩٠	٤,٨	١٠,١٤	٥,٤
تونس	١,٢١	٢٣,٤٠	٤,٨	٥,١٠	٥,٢
سورية	١,٢٨	٣,٦٠	٥,٤	٤,٣٣	١٠,٠
اليمن	٠,٥٩	٢,٤٠	٩,٩	١,٨٢	١٠,٠
فلسطين	٠,٩٩	٢٥,١٠	N/A	٠,٠	N/A
الجزائر	١,٣٢	١٨,١٠	٥,١	٠,٠	٠,٠
العراق	١,٠٦	٦,٧٠	١,٢	٠,٠	N/A

(*) لجأنا إلى تبويب البلدان العربية على أساس تنازلي لنسبة توفر خدمة الإنترنت العريضة ـ المحمولة.

المصدر: Gelvanovska, Rogy, and Rossotto, Ibid.

وتتبوأ البلدان الخليجية مكانة متقدمة على صعيد وفرة خدمة حزمة الإنترنت العريضة، بنطاقيها الثابت والمحمول، مع وجود تباين في توفق النطاق الأول على النطاق الثاني، أو بالعكس. بينما ترتفع نسبة انتشار خدمة النطاق الأول على حساب النطاق الثاني لدى بقية البلدان العربية باستثناء ليبيا وسورية التي تنعكس لديهما النسب رغم انحسار نسب انتشار هذه الخدمة لديهما.

وتتباين سرعة خدمة الإنترنت العريضة التي توفرها البلدان العربية داخل حدود فضائها الرقمي، فنلاحظ أن السرعة المتوافرة في بيئة مجتمع المعلومات السعودي تبزّ بقية البلدان العربية بسرعة تصل إلى٣,٣٥ مب/ث، بينما تأتي بعدها الإمارات بالمرتبة الثانية وبسرعة تناهز ٢,٧٥ مب/ث، في حين لا تزيد سرعة هذه الخدمة لدى لبنان واليمن على الحدود الدنيا لوصف هذه الخدمة.

٤ ـ حصة المواطن العربي من الفيض الرقمي

يتحدد حجم الخدمات المعلوماتية التي يمكن الحصول عليها من مواقع الإنترنت، بحجم الفيض المعلوماتي الذي يسري في البيئة الاتصالية. ولا تزال مستويات الفيض المتوافرة لدى الكثير من البلدان العربية منخفضة مقارنة مع بقية دول المنطقة، ودول العالم الغربي. ويستثنى من هذه القاعدة بعض بلدان الخليج العربي (مثل السعودية، والإمارات، وقطر، والبحرين) حيث تتوافر لديها الخدمة العريضة للإنترنت، ولكنها ما انفكت بنسب تغلغل متدنية بالمقارنة مع الكثير من بلدان العالم. أما بقية البلدان العربية فتعاني تناقص حجم الفيض المعلوماتي، وبمستويات غير مسبوقة في المنطقة، ونخص بالذكر كلاً من: العراق، والسودان، واليمن، ولبنان، والأردن، وليبيا (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٢)).

الجدول الرقم (١ ـ ١٢)

حصة المواطن العربي من الفيض المعلوماتي عام ٢٠١١

التسلسل	البلد	سعة الحزمة ميغابِتْ/ث	حصة المواطن بِتْ/ث
١	قطر	٣٦,٠٠٠	٢١,٠٨٠
٢	الإمارات	١٥٢,٥٠٠	١٧,٩٥٢
٣	السعودية	٤٤٠,٠٠٠	١٥,٥٠٦
٤	البحرين	١٥,٠٠٠	١١,٣٩٢
٥	عمان	٢٢,٥٤٣	٧,٨٨٤
٦	تونس	٦١,٤٤٠	٥,٧٢٥
٧	المغرب	١٢٤,٤٠٠	٣,٨٣٧
٨	مصر	١٩٨,٧٥٠	٢,٤٤١
٩	الأردن	١٤,٠٠٠	٢,٢٤٠
١٠	ليبيا	١٢,٠٠٠	٢,٠٠٠
١١	الجزائر	٤٥,٠٠٠	١,٢١٣
١٢	لبنان	٥,٠٠٠	١,١٨٤
١٣	سورية	١٦,٣٠٠	٧٦٢
١٤	السودان	١٣,٣٠٠	٣١٧
١٥	اليمن	٤,٠٠٠	١٦٥
١٦	العراق	١٠٠	٣

المصدر: *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013* (Dubai: Madar Research and Development, 2013).

ومما لا شك فيه أن تناقص حصة الفرد من الفيض المعلوماتي سينعكس بصورة مباشرة على تحديد هوية الأنشطة التي يمكن أن يمارسها أثناء حضوره في محيط المعلومات، وقد يدفع تباطؤ الخط كثيراً من المستخدمين إلى الإعراض عن زيارة بعض المواقع، أو الحصول على ملفات الوسائط المتعددة التي يروم نوالها.

٥ ـ أسعار سلّة خدمة الإنترنت

تعتمد الفرصة المتاحة أمام المواطن العربي للوصول الفضاء الاتصالي على جملة من العوامل، منها: جاهزية البنية التحتية للنسيج الاتصالي، ووفرة أدوات المعلومات والاتصالات، بأسعار تتناسب مع القدرة الشرائية للمواطن، وكذلك أسعار سلّة خدمات المعلومات والاتصالات التي توفرها الشركات المجهزة لخدمة الإنترنت، سواء كانت حكومية، أو من شركات القطاع الخاص.

ويعود التباين في أسعار سلّة خدمة الإنترنت في البلدان العربية، كما هو الحال عليه مع بقية المؤشرات المعلوماتية والاتصالية (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٣)).

وتتفوق البلدان العربية ذات الدخل القومي المرتفع بوفرة الفرص لاقتناء سلّة خدمات أكثر تنوعاً وبمميزات متفوقة على صعيد سعة الحزمة الاتصالية، والتي لا تشكل تكلفتها سوى نسبة ضئيلة من الدخل الشهري للمواطن.

بينما تستمر معاناة المواطنين العرب التي تعاني بلدانهم عدم استقرار أمني وسياسي، أو شَحّة الدخل القومي من عدم توافر خدمات معلوماتية واتصالية جيدة، وتراجع قدراتهم المادية على اقتناء حزم بسعات عريضة، الأمر الذي يؤدي إلى حضور باهت في الفضاء التواصلي، وبأدوات متواضعة.

٦ ـ مستويات الحضور الآني في الفضاء التواصلي

إن الإقامة في الفضاء المتخيل للمحيط المعرفي تؤدي دوراً مهماً في توجيه مسارات التفاعل الآني الذي يمارسه الأفراد ضمن جماعاتهم المتخيّلة، أو خارج نطاق مجالها.

وقد وفرت أدوات المعلومات والاتصالات، بمختلف تقنياتها، مجالات متعددة للحضور الآني في الفضاء الرقمي، والتواصل، والتفاعل مع الآخرين ضمن بيئة المحيط الرقمي.

وتتوسع دائرة المحيط المعلوماتي أو المعرفي وتنكمش بفعل الحضور الآني للأفراد في بيئته الرقمية، ومستوى تعمّق أنشطتهم الاتصالية والتواصلية التي يسري فيضها في فضاء هذا المحيط. ويمكن للمرء أن يلج في المحيط الرقمي عبر الوسط البيني للحاسب، أو الهاتف المحمول، ليتواصل بواسطة أكثر تطبيقات التواصل شيوعاً، فتتوسع دائرة الحضور بتكاثر التفاعلات، أو قفزات الإبحار في فضاء الإنترنت.

الجدول الرقم (١ ـ ١٣)

سلّة أسعار خدمات المعلومات والاتصالات على أساس أقل دخل شهري للمواطن في البلدان العربية

البلد	حصة المواطن من الدخل القومي الإجمالي (دولار)	الحصة الشهرية من الدخل القومي الإجمالي (دولار)	سعر سلة المعلومات والاتصالات/الحصة الشهرية من الدخل القومي الإجمالي	أقل دخل شهري دولار	نسبة سعر السلة إلى أقل دخل شهري
قطر	٨٠,٤٤٠	٦,٧٠٣	٠,٤	٢١٩	١٢,٢
الإمارات	٤٠,٧٦٠	٣,٣٩٧	٠,٥	١١٠	١٥,٤
عمان	١٩,٢٦٠	١,٦٠٥	١	١٥٦	١٠,٣
البحرين	١٥,٩٢٠	١,٣٢٧	١,٢	٤٠٠	٤,٠
السعودية	١٧,٨٢٠	١,٤٨٥	١,٥	٤٠٠	٥,٦
لبنان	٩,١١٠	٧٥٩	٢,١	٤٤٩	٣,٦
تونس	٤,٠٧٠	٣٣٩	٢,٣	١٧٢	٤,٥
مصر	٢,٦٠٠	٢١٧	٢,٦	١٠٢	٥,٦
الجزائر	٤,٤٧٠	٣٧٣	٣,١	٢٢٣	٥,٢
الأردن	٤,٣٨٠	٣٦٥	٣,٣	٢٦٨	٤,٥
المغرب	٢,٩٧٠	٢٤٨	٥,١	١٨٨	٦,٧
السودان	١,٣٠٠	١٠٨	٦,٢	٦٠	١١,٢
اليمن	١,٠٧٠	٨٩	١٠	N/A	N/A
الكويت	٤٨,٩٠٠	٤,٠٧٥	N/A	٢١٢	N/A
ليبيا	١٢,٣٢٠	١,٠٢٧	N/A	٣٥٨	N/A
سورية	٢,٧٥٠	٢٢٩	N/A	٨٧	N/A
العراق	٢,٦٤٠	٢٢٠	N/A	١١٣	N/A

المصدر: Madar, *Arab Knowledge Economy Report 2014: Youth and Localization of Knowledge.*

ولتلمّس مستوى الحضور الآني في المحيط العربي حاولنا استكشاف مستوياته في ثلاثة فضاءات يستثمرها المواطن للولوج اليه، وهي: فضاء أدوات الاتصال المتوافرة بالمساكن، حيث يقضي المرء كثيراً من وقته فيه، وفضاء الهواتف المحمولة التي لم تُعَدُّ تفارق الإنسان المعاصر ليل نهار، وأخيراً فضاء شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت البوابة الأساسية لتواصلنا مع الآخرين، سواء كانوا قريبين منا، أو يقيمون في أماكن بعيدة (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٤)).

الجدول الرقم (١ ـ ١٤)

مستوى حضور فضاء المعلومات في المحيط المعرفي العربي لعام ٢٠١٢

البلد	مجال الفضاء					
	نسبة فضاء المساكن		فضاء الهواتف المحمولة (لكل ١٠٠ مواطن)		فضاء شبكات التواصل الاجتماعي	
	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة
قطر	١٠	٨٨,١	٢٠	٦١,٨	١٧	٦,٣
البحرين	٢٠	٧٩,٠	٨	٩١,٢	١٢	٦,٣
الإمارات	٣٢	٧٢,٠	٣٧	٤٤,٨	١١	٦,٤
السعودية	٣٨	٦٦,٦	٣٦	٤٥,٤	٣٣	٦,١
الكويت	٤٠	٦٥,٢	N/A	N/A	٣٥	٦,٠
لبنان	٤٢	٦٤,٠	٥٦	٢٨,٣	٧٠	٥,٧
الأردن	٦٤	٤٣,٦	٨٥	١١,٣	٣٩	٦,٠
عمان	٦٨	٤١,٩	٣٢	٥٠,٩	٩٥	٥,٣
المغرب	٧١	٣٨,٩	٨٦	١٠,١	٨٧	٥,٤
مصر	٧٤	٣٢,٣	٥٩	٢٧,٩	٥٠	٥,٩
تونس	٨٥	٢٠,٦	٨٨	٨,٩	٤٠	٦,٠
الجزائر	٩١	١٩,٤	١٤٠	٠,٠	١٠٤	٥,١
ليبيا	٩٨	١٣,٧	N/A	N/A	١١٥	٥,٠
اليمن	١٢٣	٤,٧	١٣١	٠,٢	١٢٨	٤,٦

المصدر: Beñat Bilbao-Osorio, Soumitra Dutta, and Bruno Lanvin, eds., *The Global Information Technology Report 2014 Rewards and Risks of Big Data* (Geneva: World Economic Forum and INSEAD, 2014), <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf>.

ونلاحظ من بيانات الجدول الرقم (١ ـ ١٤)، تفاقم ظاهرة تزاحم الحضور الآني لدى مواطني الكثير من بلدان الخليج العربي، وانضغاطه نتيجة ارتفاع نسب الحضور في الفضاءات الثلاثة بحيث تزدحم حياتهم بتفاصيل اتصالية، وتفاعلات متكررة يكاد لا يتسع الوقت لاستيعابها. بينما تخلو الحياة اليومية سوى من حضور متواضع في الفضاء الاتصالي لدى أفراد بلدان عربية أخرى، بعد أن امتلأت مفردات حياتهم وأثقلت بمعاناة اقتصادية، أو اجتماعية، أو عصفت بها تهديدات أمنية.

بيد أن من الضروري التنويه إلى أن الحضور الآني لا يمكن أن يُعَدَّ معياراً على حضور معرفي فاعل على صعيد إنتاج، ونقل، وإعادة معالجة المفردات المعرفية داخل حدود المحيط العربي، وإنما يُعَدُّ مؤشراً على صيرورة الأنشطة الاتصالية والتواصلية في المحيط.

رابعاً: الحوكمة الإلكترونية

تسهم أنشطة الحكومة الإلكترونية (E-Governance) التي توفرها الحكومات العربية في ترسيخ مرتكزات المحيط العربي، من خلال توفير بنية تحتية متماسكة، وبوابات خدمات رقمية متنوعة توفر تسهيلات وخدمات دعم متنوعة للمواطنين.

وكلما بسطت الحكومة حدود حوكمتها على أنشطة مجتمعاتها، اتسع محيطها الرقمي نتيجة لاتساع حزمة الخدمات المصاحبة لنظم الحوكمة التي يتاح لجميع المواطنين الوصول إليها(٤).

وتحرص الحكومات العربية على بسط دائرة حوكمتها الإلكترونية من خلال توفير حزمة متنوعة من الخدمات الداعمة لمحيطها الرقمي. بيد أن ما تحقق على أرض الواقع يعتمد على مستوى وضوح رؤيتها، وقدرتها على توفير البيئة التمكينية لخدمات الحوكمة، من جهة، وحجم التخصيصات المالية، ومدى رسوخ البنية التحتية للمعلومات والاتصالات، من جهة أخرى.

وتختلط المفاهيم ثانية في حقل الحوكمة الإلكترونية، فينبسط نفوذها على جل مساحة الأنشطة التي يمارسها المواطن كما الحال في البحرين، والإمارات، بينما تتراجع قليلاً عن هذا المستوى مع شمولها طيفاً واسعاً من الخدمات كما الحال في بقية البلدان الخليجية.

أما البلدان العربية مثل: لبنان، والأردن، وتونس، ومصر؛ فتسعى إلى إلحاق خدمات الحوكمة بحسب الحاجة القائمة على أرض الواقع، وما يتناسب مع التخصيصات المالية المتوافرة، في حين تسعى بقية البلدان العربية إلى إلحاق محيطها بمحيط الحوكمة العولمي، وتؤكد انتماءها الصوري في خدمات بسيطة، يحول دون تطويرها عوامل اقتصادية، أو سياسية، أو أمنية تعصف بها بين الحين والآخر (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٥)).

وتسهم مواقع الحكومة الإلكترونية في تنمية المساهمة الرقمية لدى المواطن وتدعم حضوره الفاعل في المحيط الرقمي من خلال: استثمار البيانات والمعلومات ذات الصلة بنشاط المؤسسة الحكومية، والجهات ذات الصلة بها، وطرح المزيد من خدمات المشورة الإلكترونية التي تساعد المواطن على صناعة قراراته ذات الصلة بحضوره في المحيط المحلي، وأخيراً تأمين مناخ مناسب لصناعة حزمة متنوعة من القرارات (عبر الوسائط الإلكترونية) تخص الكثير من المسائل ذات الصلة بالحياة العامة.

---

(٤) United Nations, *E-Government Survey 2012: E-Government for the People* (New York: United Nations, 2012).

الجدول الرقم (١ ـ ١٥)

دليل نمو نشاط الحوكمة الإلكترونية في دول المحيط العربي لعام ٢٠١٤

المرتبة	البلد	دليل نمو الحوكمة	عناصر دليل نمو الحوكمة		
			الخدمات الرقمية	البنية التحتية الاتصالية	الموارد البشرية العارفة
١٨	البحرين	٠,٨٠٨٩	٠,٩٣٧٠	٠,٧٠٥٥	٠,٧٨٤٠
٣٢	الإمارات	٠,٧١٣٦	٠,٨٨١٩	٠,٥٩٣٢	٠,٦٦٥٧
٣٦	السعودية	٠,٦٩٠٠	٠,٧٧١٧	٠,٥٥٢٣	٠,٧٤٦١
٤٤	قطر	٠,٦٣٦٢	٠,٦٥٣٥	٠,٥٨٧٩	٠,٦٦٧١
٤٨	عمان	٠,٦٢٧٣	٠,٧٣٢٣	٠,٤٨٧٣	٠,٦٦٢٤
٤٩	الكويت	٠,٦٢٦٨	٠,٥٧٤٨	٠,٥٨٦٢	٠,٧١٩٤
٧٥	تونس	٠,٥٣٩٠	٠,٦٣٧٨	٠,٣٠٧٤	٠,٦٧١٧
٧٩	الأردن	٠,٥١٦٧	٠,٥١٩٧	٠,٣١٠٤	٠,٧٢٠٢
٨٠	مصر	٠,٥١٢٩	٠,٥٩٠٦	٠,٣٥٧١	٠,٥٩١٢
٨٢	المغرب	٠,٥٠٦٠	٠,٦٩٢٩	٠,٣٣٥٠	٠,٤٩٠١
٨٩	لبنان	٠,٤٩٨٢	٠,٣٥٤٣	٠,٤٠٣٠	٠,٧٣٧٤
١٢١	ليبيا	٠,٣٧٥٣	٠,٠١٥٧	٠,٣٢٨١	٠,٧٨٢١
١٣٤	العراق	٠,٣١٤١	٠,١٩٦٩	٠,٢١٧٣	٠,٥٢٨٣
١٣٥	سورية	٠,٣١٣٤	٠,١٥٧٥	٠,١٩٩٢	٠,٥٨٣٥
١٣٦	الجزائر	٠,٣١٠٦	٠,٠٧٨٧	٠,١٩٨٩	٠,٦٥٤٣
١٥٠	اليمن	٠,٢٧٢٠	٠,٣٠٧١	٠,١٢٤٩	٠,٣٨٤٠
١٥٤	السودان	٠,٢٦٠٦	٠,٢٩١٣	٠,١٨٤٧	٠,٣٠٥٩
	العالم	٠,٤٧١٢	٠,٣٩١٩	٠,٣٦٥٠	٠,٦٥٦٦

المصدر: United Nations, *E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want* (New York: United Nations, 2014).

وتُعَدُّ القيم المرتفعة للمساهمة الرقمية في المحيط المعلوماتي أو المعرفي دليلاً راسخاً على الحضور الفاعل للمواطنين في محيطهم، وقدرتهم على المساهمة بنشر المعلومات، وتوسيع دائرة الحصيلة المعرفية على المستوى الشعبي، والترابط الإيجابي القائم بين المواطنين، ومجتمعهم.

وقد حُددت أربع مراحل لبلوغ أهداف المساهمة الرقمية عبر برامج الحوكمة الإلكترونية التي تتبناها الحكومات لتطوير محيطها المعلوماتي والمعرفي.

المرحلة الأولى: ترسيخ مبدأ الاحتواء لجميع طبقات المجتمع، وتوفير خدمات تسليم فاعلة وشفافة للمواطنين.

المرحلة الثانية: تفويض المواطنين بإجراء جملة من المهام من خلال منحهم فرصاً متكافئة للوصول إلى المعلومات.

المرحلة الثالثة: توفير بيئة مناسبة لتوعية المواطنين بعناصر مجتمع المعلومات ومتطلبات إنجاحه.

المرحلة الرابعة: الوصول إلى مستوى مقبول من الإجماع الاجتماعي والثقافي إزاء المسائل التي تطرحها البيئة الرقمية.

وتظهر في الجدول الرقم (١ ـ ١٦) مستويات المساهمة الرقمية في المحيط العربي، ونسب التقدم التي تحققت من مراحلها الأربع على أرض الواقع.

وتتكرر ظاهرة التباين بين مستويات المساهمة الرقمية في البلدان العربية المختلفة، ونسب التقدم التي تحققت في مراحلها الأربع. ويلاحظ أن البلدان التي سبقت الكويت في هذه القائمة قد ظفرت بتجاوز المتوسط العولمي المساهمة الرقمية، بينما تخلّفت البلدان التي أتت بعدها عن بلوغ المتوسط العولمي.

ومما لا شك فيه أن تراجع مستويات المساهمة الرقمية يعني تغييب المواطن الرقمي العربي عن مساحة واسعة من المحيط المعرفي الذي يمكن أن تسهم المعلومات والروابط المتاحة في فضائه بدعم حصيلته المعرفية وتعميق صلاته مع النظام الرقمي الحكومي والمؤسساتي.

وبعد أن أكملت الشوط في قراءات واقع مؤشرات البيئة الرقمية العربية، يمكننا القول إن هذه المؤشرات تكاد تتفق، على أن المحيط العربي لا يزال بحاجة إلى تكثيف الجهود للارتقاء بمستوياته، رغم ما تم تحقيقه على أرض الواقع، لأنه لم تنجح سوى أربعة بلدان عربية في ترسيخ حضورها على مستوى مجتمع المعرفة المعاصر، أما بقية البلدان فما زالت تترجح بين تخوم مجتمع المعلومات، ومجتمع المعرفة[٥].

خامساً: مؤشرات بيئة المعرفة واقتصادها

يُعَدُّ النهج الذي اقترحه البنك الدولي لتحديد مستوى انتشار المعرفة داخل حدود المجتمع، مع بيان المرتبة التي تم بلوغها في ميدان اقتصاد المعرفة مورداً مهماً يمكن اعتماده في دراسة ما تم تحقيقه على المستوى الوطني والإقليمي في هذا المضمار[٦].

---

(٥) Madar, *Arab Knowledge Economy Report 2014: Youth and Localization of Knowledge.*

(٦) الرزو، «الجاهزية الإلكترونية للبلدان العربية وانعكاساتها المحتملة على فرص تفعيل بيئة اقتصاد المعرفة».

الجدول الرقم (١ ـ ١٦)

المساهمة الرقمية ومراحل تطبيقها في البلدان العربية عام ٢٠١٤

المرتبة	البلد	دليل المساهمة الرقمية	النسب المئوية لتقدم المراحل المختلفة			
			الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
١٣	الإمارات	٠,٨٤٣١	٧٥,٨٦	٩٢,٥٩	٧٢,٧٣	٣٣,٣٣
١٤	البحرين	٠,٨٢٣٥	٧٤,١٤	٨٥,١٩	٨١,٨٢	٢٢,٢٢
١٧	المغرب	٠,٨٠٣٩	٧٢,٤١	٨٥,١٩	٧٢,٧٣	٣٣,٣٣
٢٤	عمان	٠,٧٠٥٩	٦٣,٧٩	٨٨,٨٩	٥٤,٥٥	١١,١١
٣٣	تونس	٠,٦٤٧١	٥٨,٦٢	٨١,٤٨	٥٤,٥٥	٠,٠٠
٤٥	قطر	٠,٦٠٧٨	٥٥,١٧	٨٨,٨٩	٢٧,٢٧	٢٢,٢٢
٥١	السعودية	٠,٥٦٨٦	٥١,٧٢	٨٥,١٩	٢٧,٢٧	١١,١١
٥٤	مصر	٠,٥٤٩٠	٥٠,٠٠	٧٠,٣٧	٤٠,٩١	١١,١١
٧١	الأردن	٠,٤٧٠٦	٤٣,١٠	٧٤,٠٧	١٨,١٨	١١,١١
٧٧	الكويت	٠,٤٣١٤	٣٩,٦٦	٧٠,٣٧	١٨,١٨	٠,٠٠
١١٠	لبنان	٠,٢٩٤١	٢٧,٥٩	٤٤,٤٤	١٨,١٨	٠,٠٠
١١٧	السودان	٠,٢٧٤٥	٢٥,٨٦	٥١,٨٥	٤,٥٥	٠,٠٠
١١٧	اليمن	٠,٢٧٤٥	٢٥,٨٦	٥١,٨٥	٤,٥٥	٠,٠٠
١٥٢	العراق	٠,١٣٧٣	١٣,٧٩	٢٢,٢٢	٩,٠٩	٠,٠٠
١٦٤	سورية	٠,٠٩٨٠	١٠,٣٤	١٤,٨١	٩,٠٩	٠,٠٠
١٧٢	الجزائر	٠,٠٧٨٤	٨,٦٢	١٨,٥٢	٠,٠٠	٠,٠٠
١٧٩	ليبيا	٠,٠٥٨٨	٦,٩٠	٧,٤١	٩,٠٩	٠,٠٠
	العالم	**٠,٣٩٤٧**	**٣٦,٤٣**	**٥٥,٧٣**	**٢٤,٦٦**	**٧,٣١**

المصدر: المصدر نفسه.

لقد اتجه برنامج الأمم المتحدة الخاص بتقييم مستويات إدارة المعرفة في مجتمعات بلدان العالم المختلفة إلى اعتبار أربعة عوامل رئيسة بوصفها العناصر الرئيسة التي يمكن اعتمادها في تحديد مستوى سعي الاقتصادات الوطنية باتجاه بلوغ مجتمع المعلومات المرتكز في جل أنشطته باتجاه استثمار الموارد المعرفية(٧).

(٧) World Bank, Knowledge Economic Index, 2013, <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf>.

وشملت هذه العوامل أربعة محاور جوهرية هي: منظومة الاقتصاد الوطني؛ التعليم والموارد البشرية؛ الابتكار والقدرة التنافسية؛ وأخيراً البنية التحتية للمعلومات والاتصالات.

يقاس دليل اقتصاد المعرفة (Knowledge Economy Index) بواسطة أنموذج رياضي يوظف سلسلة من الحسابات التي يقاس من خلالها متوسط قيمة الدليل لبلد، أو منطقة ما، على أساس قيم متغيرات الأركان الأربعة لاقتصاد المعرفة.

أما دليل المعرفة (Knowledge Index) فتعتمد معادلته على قيم متغيرات ثلاثة أركان، بعد استبعاد متغيرات المنظومة الاقتصادية من الأركان الأربعة. ويبلغ عدد متغيرات الأنموذج ٨٠ متغيراً كمياً ونوعياً، اختيرت بعناية لتصف جميع العوامل المؤثرة في احتساب قيمة دليل اقتصاد المعرفة، أو المعرفة في البيئة التي نتناولها بالدراسة والتحليل (انظر الجدول الرقم (١ ـ ١٧)).

الجدول الرقم (١ ـ ١٧)

أدلة المعرفة واقتصادها لمجتمعات المعلومات والمعرفة العربية

البلد	دليل المعرفة			دليل اقتصادات المعرفة		
	١٩٩٥	٢٠٠٧	٢٠١٢	١٩٩٥	٢٠٠٧	٢٠١٢
الأردن	٤,٧٩	٥,٣	٤,٧١	٤,٦٤	٥,١٢	٤,٩٥
الإمارات	٥,٦٧	٥,٥٣	٧,٠٩	٦,٠٩	٥,٦٩	٦,٩٤
البحرين	٦,٥٦	٥,١١	٦,٩٨	٦,٦٨	٥,٢٣	٦,٩٠
تونس	٣,٩١	٤,٣٩	٤,٨٠	٤,٠٦	٤,٢	٤,٥٦
الجزائر	٢,٣	٢,٩١	٤,٢٨	٢,٠٥	٢,٧٣	٣,٧٩
السعودية	٤,٩٣	٤,٩١	٦,٠٥	٤,٨١	٤,٩٥	٥,٩٦
السودان	١,٠٩	١,٦٥	١,٨٢	٠,٨٤	١,٣	١,٤٨
سورية	٢,٠٩	٢,٧٦	٣,٠١	١,٩٢	٢,٤٧	٢,٧٧
عمان	N/A	٣,٨٢	٥,٨٧	٤,٠٧	٤,٠٨	٦,١٤
قطر	٥,١٢	٥,٧٦	٥,٥٠	٥,٥٢	٥,٨٣	٥,٨٤
الكويت	٥,٥٣	٥,٧٤	٥,١٥	٥,٧٢	٥,٨٥	٥,٣٣
لبنان	٥,٤٨	٥,٨٣	٤,٦٥	٥,٦٦	٥,٤٤	٤,٥٦
مصر	٤,٠٥	٣,٩٩	٣,٥٤	٣,٨٤	٣,٧٧	٣,٧٨
المغرب	٢,٦٦	٣,١٦	٣,٢٥	٢,٨٥	٣,١	٣,٦١
اليمن	١,٣٦	١,٥٥	١,٥٨	١,٤١	١,٤١	١,٩٢

المصدر: World Bank, Knowledge Economic Index, 2013, <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf>.

لم ترتقِ مؤشرات مجتمع المعرفة واقتصادها في البلدان العربية عن متوسط المستوى العولمي (بالنسبة إلى بلدان الخليج العربي التي تحتل مكان الصدارة بهذا المضمار) والذي يؤكد ترسيخ قواعد مجتمع المعلومات، مع بداية التحرّك نحو إرساء اللبنات الأساسية لمجتمع المعرفة. في حين تراجعت بقية البلدان العربية عن هذه المرتبة بسبب عدم رسوخ قدمها على صعيد تشكيل الملامح النهائية لمجتمع المعلومات لديها، أما السودان واليمن فلم تلُحْ في أفقهما الرقمي بعد سوى بدايات مجتمع المعلومات(٨).

لذا يمكننا القول إن مجتمع المعرفة لم يجد له حضوراً متكاملاً في جل البلدان العربية، وأن ما تحقق فيها لا يزيد على مجموعة أمارات لتحول سطحي، نجحت بعض البلدان بتحقيقه من خلال إنشاء بنية تحتية متماسكة للمعلومات والاتصالات، أو نتيجة لسعي دول أخرى إلى محاكاة بعض أنشطة مجتمع المعرفة على رقعة محدودة لم تتكامل عملية تماسك أرضيتها، مع غياب ثقافة مجتمع المعرفة وممارساته السليمة عن معظم بلداننا العربية.

فنجم عن ذلك اختلاط الرؤية حول مستقبل مجتمع المعرفة العربي، وتشوّش البرزخ الفاصل بين مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة. ونتوقع أن يؤثر هذا الاختلاط سلباً في خطط النهوض بواقع النسيج الشبكاتي للمحيط العربي، وتداخل رؤى الخطط، ومسار التحولات المستقبلية.

---

(٨) Mohammed Bin Rashid Al Maktoum Foundation [MBRF] and United Nations Development Programme [UNDP], *Arab Knowledge Report 2010/2011: Preparing Future Generations for the Knowledge Society* (Dubai: MBRF and UNDP, 2012).

الفصل الثاني

نسيج التواصل الاجتماعي العربي

أولاً: التحولات الاجتماعية نحو مجتمع المعلومات والمعرفة

بدأنا نستشعر مرحلة الانقلاب في الخطاطة المعرفية التي طالما تحدث عنها فيلسوف المعرفة الفرنسي غاستون باشلار، في مؤلفاته التي عالج فيها مسألة العقبات المعرفية الطارئة على تاريخ الفكر الإنساني، وباشرنا نعيش أوقات الحيرة التي أشار إليها عالم اجتماع المجتمعات الشبكاتية مانويل كاستيلس التي تحدث عنها في الأجزاء الثلاثة من عمله الجليل ولادة المجتمع الشبكاتي[١] حيث التحولات الكبرى التي تعصف بالخطاطات المعرفية، وتزلزل الكثير من ثوابت المجتمع، وولادة كيانات جديدة، وأفول دور كيانات أخرى، وحصول تحوّلات جذرية في أساليب الحياة وممارساتها اليومية.

إنها النقلة التي أحدثتها تقنية المعلومات والاتصالات خلال عقدين من الزمان، بعد أن تسللت إلى حياتنا من النوافذ الضيقة، وسحرتنا بأدواتها ونهجها الفريد وما يتمتع به من القدرات اللينة (Soft Power) والذي أورث مجتمعاتنا انقلاباً معرفياً واجتماعياً غير مسبوق، منذ بضعة قرون.

وأخذنا نستشعر الحاجة إلى إعادة تشكيل أرضية أكثر من خطاطة من الخطاطات الحاكمة لنهج تعاملنا مع الواقع، بعد أن تلاحقت التغيرات على الصعيد التقني الذي أحدثته التقنيات الرقمية، وقفزاتها السريعة، وبروز فضاء اتصالي من نمط جديد ابتلع فضاءاتنا التقليدية، وولادة اقتصاد المعلومات، ثم اقتصاد المعرفة، الذي تجاوز عقبة الممانعة التقليدية فولّد لنا مناخاً اقتصادياً غابت عن بيئته الكثير من قوى الممانعة التقليدية (Frictionless Economy).

---

(١) Manuel Castells, *The Information Age: Economy, Society, and Culture, the Rise of Networked Society,* 2nd ed. (Sussex, UK: Wiley-Blackwell Publication, 2010), vol. 1.

ثم لا تلبث هذه التغيرات أن تنجح في غزو ساحة الثوابت الفيزيائية التقليدية، فأفلحت في تجاوز عقبة المكان الفيزيائي واستبدلته بفضاء رقمي مفتوح، تكاد لا تعثر فيه على عقبة تحول دون انتقالنا وممارسات القفزات الكمومية من نطاق طاقي باتجاه نطاق طاقي أكثر أو أقل شدة، وبلمسة زر من أزرار أداة معلوماتية تكاد لا تستأثر باهتمامنا عند النظرة الأولى.

ثم بدأت التغييرات المستبطنة في الطبقات السطحية من الكيانات المجتمعاتية، تتعمق إلى طبقات عميقة في هذه الكيانات، فتلاحقت الدعوات، وتكاثرت نبوءات بدايات التحول الجذري في كيان المجتمع الإنساني الذي استشعر حتمية التغير للتكيف مع موجات الانقلابات الجذرية والمتلاحقة في بعد زمني قصير جداً.

وإذا بقيت الخطاطة الصناعية بعيدة من الدول النامية؛ ولم تصل إلى بيئتنا العربية إلا بعد أن استنفد الاقتصاد الغربي لجل قيمتها الاقتصادية المضافة، ولم يسمح لنا إلا بممارسة بعض الأنشطة المحدودة، على النطاق المحلي؛ فإن الخطاطة المعلوماتية قد تطرق أبواب بيئتنا بمجرد توفير بنية تحتية متماسكة قادرة على نقل فيضها الرقمي إلى منافذنا المعلوماتية.

لقد صرنا نعيش في خضم التغييرات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية التي جاءت بها الموجة المعلوماتية، حسب الخطاطة التي صدع بها ألفين توفلر(٢)، من دون أن تتوافر لنا المقومات الكافية لضمان استنبات شجرتها في تربتنا الرقمية.

من أجل هذا يتحتم علينا الإسراع بمراجعة، وتحليل، التغيرات الطارئة على نسيجنا الاجتماعي الجديد، وتعقُّب مسارات التغيير التي تسللت إليه عبر بوابات الاتصال مع بيئة الإنترنت، لضمان فهم طبيعة التغييرات التي طلعت، والخروج بخطاطة معرفية قادرة على تمثيل واقعنا الرقمي بأنموذج محكم، يتيح لنا إرشاد مسارات التحول نحو توطيد أسس راسخة لمجتمع المعرفة العربي الجديد.

ثانياً: تحليل معماري لمجتمع المعلومات

ولد من جولة النقاش الذي دار عام ١٩٦١ بين المعماري الياباني كيشو كيوروكاوا (Kisho Kurokawa) وقرينه عالم الأنثروبولوجيا تيوداو يوميساو (Tudao Umesao) اصطلاح جديد (Johoka Shakai) مهّد لولادة النسخة الإنكليزية من الاصطلاح الذي أنتج للمرة الأولى باللغة اليابانية، لبيان، ووصف، نمط اجتماعي جديد هو مجتمع المعلومات (Information Society)(٣).

وبقي هذا الاصطلاح حبيساً في قاموس اللغة اليابانية التي يصعب على غير اليابانيين نوالها، بينما كان يمر بتحولات جديدة عام ١٩٦٤ من خلال ما ورد في محتوى النص الذي أشرف عليه

(٢) Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: William Morrow and Company, 1980).

(٣) László Z. Karvalics, «Information Society – What Is It Exactly? (The Meaning, History and Conceptual Frame Work of an Expression),» (Network for Teaching Information Society, Budapest, March-May 2007), <http://www.ittk.hu/netis/doc/ISCB_eng/02_ZKL_final.pdf>.

الناشر الياباني ميشيكو إيغاراشي (Michiko Igarashi) وحمل عنوان «علم الاجتماع في مجتمعات المعلومات» (Sociology in Information Societies).

غير أن الإنجاز الحاسم بإدراج المصطلح ضمن قائمة ابتكارات العقل الياباني قد تحقق على يد الكاتب الياباني الشهير يوجيرو هاياشي (Yujiro Hayashi) في كتابه الذي استأثر الاهتمام وتربّع على قائمة أفضل الكتب مبيعاً **مجتمع المعلومات: من المجتمع التقليدي إلى المجتمع اللّين** (*The Information Society: From Hard to Soft Society*).

وقد هرع اليابانيون إلى إصدار قاموس مستقل عالج مفردات مجتمع المعلومات الذي ولد مفهومه على تربتهم المميزة، كان هذا في عام ١٩٧١، بينما دخل الاصطلاح إلى المناخ العلمي الإنكليزي، للمرة الأولى على يد الباحث الياباني يونجي ماسودا (Yoneji Masuda) أثناء مشاركته في أعمال مؤتمر علمي. بعدئذ هرع الباحثون في جل رقعة العالم الغربي إلى إعادة مراجعة مادة المصطلح، والحرص على إحداث إضافات جديدة إليه لضمان إلحاقه بالخطاطة العلمية الغربية.

لا يزال مصطلح مجتمع المعلومات عرضة لمراجعات نقدية تتناوله من خلال خطاطة تقنية المعلومات، أو خطاطة علم الاجتماع، أو خطاطة علم الاقتصاد[٤].

وقد جذب بريق الاصطلاح، وتعلقه الحميم بتقنيات المعلومات والاتصالات (التي باتت تهيمن على مساحة واسعة من الأنشطة التي يمارسها الإنسان المعاصر) الكثير من الباحثين الذين أدلى كل منهم بِدَلوه في تناول المفهوم، والسعي إلى إزاحة الغموض الذي يحف بعالمه المتخيّل.

وتتوافر بين أيدينا، هذه الأيام، مجموعة متنوعة من التعريفات التي اقترحها الباحثون، خلال عقدين من الزمان، لبيان ماهية مجتمع المعلومات الجديد. ولكي نكون أكثر قرباً من بيئة المعلومات التي تهيمن عليها النماذج الرياضية، والمعماريات الأنطولوجية سنعرض عن إيراد التعريفات، ونوجّه اهتمامنا نحو التحليل الأنطولوجي لمعمارية مجتمع المعلومات لكي نكون أكثر قرباً من مفهوم المجتمع الذي انغمسنا بنسيجه الاجتماعي هذه الأيام.

باشرنا عملية التحليل بواسطة مجموعة من النماذج، فانتخبنا الأنموذج الذي اقترحه الباحث دانيال بلّ لمقارنة معمارية مجتمع المعلومات، مع المجتمع الصناعي[٥]، والذي ارتكز على مبدأ تقسيم الحقب التاريخية إلى ثلاث مراحل زمنية: المجتمع قبل الصناعي، فالمجتمع الصناعي، ثم مجتمع المعلومات[٦] (انظر الجدول الرقم (٢ ـ ١)).

(٤) Castells, *The Information Age: Economy, Society, and Culture, the Rise of Networked Society*.

(٥) Daniel Bell, «The Social Framework of the Information Society,» in: Tom Forester, ed., *The Microelectronics Revolution: The Complete Guide to the New Technology and Its Impact on Society* (Cambridge, MA: MIT Press, 1980).

(٦) استخدم بلّ (Bell) اصطلاح مجتمع ما بعد الصناعي بدلاً من مجتمع المعلومات، كونه شكّل المرحلة الممهدة لولادته، بيد اننا آثرنا استخدام اصطلاح المعلومات كونه يعبر عن الروح الحقيقية التي انصبغت بها ذاته.

الجدول الرقم (٢ ـ ١)
تحليل الأبعاد الاجتماعية لمجتمع المعلومات وفق أنموذج بلّ

مدار التحليل	المجتمع قبل الصناعي	المجتمع الصناعي	مجتمع المعلومات
نمط التصنيع	استخراجي	مصنّع	معالج، معاد التدوير
المنظومة الاقتصادية	**ابتدائية** زراعة، تعدين، صيد أسماك، أخشاب، نفط وغاز	**ثانوية** إنتاج السلع، تصنيع منتجات متنوعة، صناعات انشائية	**موجهة نحو خدمات** الرعاية الصحية، التعليم، البحوث، الحوكمة، الترفيه
الموارد ونهج معالجتها	**الموارد الطبيعية** الرياح، المياه، حيوانات الحقل، وعضلات الإنسان	**الطاقة المصطنعة** الكهرباء، النفط، الغاز، الفحم الحجري، الطاقة النووية	**المعلومات** الحواسب ونظم تناقل المعلومات ومعالجتها
الموارد الاستراتيجية	المواد الخام	رؤوس الأموال	المعرفة
التقنية	حرفية	تقنية الماكنة	تقنيات معرفية
مرتكزات الخبرة	الفلاحة، العمل اليدوي، الحرفة	المهندس، عمالة شبه ماهرة	العلماء، خبرات تقنية ورقمية
النهج	الحس العام، المحاولة والخطأ، الممارسة اليدوية	النهج الوضعي، الاختبار والسبر	نظريات مجردة، النماذج، المحاكاة، نظرية القرار، تحليل النظم
منظور الزمن	الارتباط بالماضي	التجريب	التوجه نحو المستقبل، التخطيط، التنبؤ
توجّه النية والعزم	التباري لغلبة الطبيعة	التباري لغلبة المستقبل المصطنع	التباري مع أنماط مستقبلية محتملة
المبدأ المركزي	العناية بالتقاليد	النمو الاقتصادي	ترميز المعرفة النظرية

المصدر: László Z. Karvalics, «Information Society – What Is It Exactly? (The Meaning, History and Conceptual Frame Work of an Expression),» (Network for Teaching Information Society, Budapest, March-May 2007), <http://www.ittk.hu/netis/doc/ISCB_eng/02_ZKL_final.pdf>.

وقد عكف الباحث الياباني ماسودا على تمحيص أنموذج فأشبعه تفصيلاً في أنموذج ارتكزت هيكلته إلى ثلاثة مرتكزات أساسية، هي: تقنيات الابتكار؛ والبنية الاقتصاد ـ اجتماعية؛ ومنظومة القيم. وقد بثّ تحت مظلة الأسس الثلاثة، عشرين عنصراً، تناول من خلالها تفاصيل الفروق البنيوية والاقتصادية بين المجتمع الصناعي ومجتمع المعلومات(٧).

وقد تقلّصت مرتكزات وعناصر ماسودا لدى الباحثين شيمنت وكورتيس إلى ستة عناصر مميزة، تناولت مسائل تخص: السلع، والقوى العاملة، والارتباطية، وبيئة الوسائط، وهيكلة الجماعات(٨) (انظر الجدول الرقم (٢ ـ ٢)).

الجدول الرقم (٢ ـ ٢)

العناصر الأساسية التي تميز مجتمع المعلومات عن المجتمع الصناعي بحسب أنموذج شيمنت وكورتيس

العنصر المميز	التفاصيل
السلع المعلوماتية	توجه الاهتمام نحو السلع المعلوماتية والمنتجات المعرفية.
الصناعة المعلوماتية	تأسيس هيكلة صناعية واسعة النطاق ترتكز إلى مبدأ تصنيع، وإنتاج، وتسليع موارد معلوماتية، وفي بيئة يسودها أنماط متعددة من التنافس العولمي الذي يربط تقييم النشاط الاقتصادي بحجم المعلومات التي تمتلكها البلاد وقدرتها على إنتاج وتصدير السلع المعرفية.
الموارد البشرية العارفة	تركز الاهتمام بالموارد البشرية العارفة التي تمتلك المهارة والمعرفة التي تدعم عملية الإنتاج المرتكز بكثافة على المعرفة.
الترابطات الداخلية	أسهمت البيئة المفتوحة لفضاء المعلومات، وتبني نظم معلوماتية متوزعة في إنشاء بيئة مجتمعاتية يسودها تعقيد ملحوظ. فتكاثرت مسارات الترابطات الداخلية التي تجمع بين عناصر مجتمع المعلومات، بعد أن ولدت أجيال متلاحقة من الشبكات الرابطة الثانوية، والتي تليها.
الاستخدام المتوازي لوسائط متعددة	فرض التوسع الحاصل في نسيج الاتصال المجتمعاتي إلى تعميق مبدأ الاستخدام المتوازي لوسائط متعددة بغرض تحقيق قيمة اقتصادية/اجتماعية مقبولة.
تفاعل التقدم التقني والاجتماعي	ازدادت وشائج الترابط المباشر بين التطورات التقنية التي تتلاحق في بيئة المعلومات وانعكاساتها المباشرة والحتمية على حصول قفزات في البنية المجتمعاتية لكي تتناغم مع المنتجات المعلوماتية والمعرفية الجديدة.

المصدر: المصدر نفسه.

(٧) Yoneji Masuda, *The Information Society as Post-industrial Society* (Tokyo: Institute for the Information Society; Washington, DC: World Future Society, 1980).

(٨) Jorge Reina Schement and Terry Curtis, *Tendencies and Tensions of the Information Age: The Production and Distribution of Information in the United States* (New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 1997).

وبدورنا فإننا نعتقد أن معمارية مجتمع المعلومات والمعرفة المعاصر قد تألفت عناصر بنيتها المفاهيمية من مجموعة محاور اصطنعها الإنسان المعاصر في محاولة لتجاوز العقبة المعرفية التي باتت تشكل تحدياً إزاء الحافات التقنية والاقتصادية التي بلغها المجتمع الصناعي، وبعد عدة قرون من سطوته القاهرة على المناخ التقني والاقتصادي العولمي.

فبعد أن استنفدت الكثير من الموارد الطبيعية، وشحن الغلاف الجوي بحجم كبير من مختلف الملوثات البيئية، ووفرة المناخ التقني الذي يسمح للجميع بممارسة عملية التصنيع التي لم يعد خافياً من أسرارها الكثير، وترسّخ المعرفة التقنية لدى الكثير من البلدان النامية لممارسة الأنشطة ذاتها، وبمستويات تبز، أو تنافس المنتج الصناعي التقليدي، حتم التفكير بإنتاج سلع جديدة لا يمتلك الآخرون عمقاً معرفياً، وموارد كافية لضمان رواجها في البيئة الاقتصادية العولمية، فكانت المعلومات والمعرفة خياراً جديداً لاستنبات بيئة تقنية مستحدثة تديم للغرب هيمنته، وتضمن انصياع البلدان النامية بالدخول إلى جولة جديدة من التنافس غير المتوازن معه، فتوجه الاهتمام نحو تشكيل مجتمع جديد، على التوازي مع إحداث تقنيات المعلومات والاتصالات، والتشديد على أهمية الدور الذي يمكن أن يؤديه اقتصاد المعرفة الذي لا يعاني أي نمط من أنماط الممانعة في فضاء عولمي مفتوح.

إن ولادة العناصر الجديدة التي صاحبت ولادة مجتمع المعلومات، وغياب الكثير من عناصر المجتمع التقليدي من بيئتها الرقمية، أسهمت في إذكاء سلسلة من عمليات التغييرات التي تغلغلت إلى أعماق البنى الهيكلية بمجتمعاتنا المعاصرة، وتولدت عنها أنماط سلوكية، وممارسات اجتماعية تتوافق مع متطلبات المجتمع الجديد.

وسنحاول أن نحصر اهتمامنا في الفقرات التالية، بالحضور الإنساني، وعلى المستويين الفردي، والاجتماعي بوصفه أهم الكيانات التي تقطن الفضاء التواصلي الرقمي.

ثالثاً: الحوسبة الاجتماعية: مدخل لفهم حضورنا التواصلي

لم نعد قادرين على فهم الواقع بواسطة التفكير المجرّد الذي مارسه أسلافنا لكشف النقاب عن مظاهر الوحدة التي تتخفى وراء كثرة الحوادث التي تحفل بها حياتنا اليومية، فانفتاحنا على المعلومات، وتنوّع مواردها، وتكاثر مدخلاتها، قد أنتجت كمّاً هائلاً من البيانات، والمعلومات التي لم تعُدْ أدواتنا التقليدية قادرة على استيعابها، ومعالجة مضامينها من دون استخدام خطاطة جديدة.

لقد شرعت الخطاطة المستحدثة بخريطة طريق جديدة، بحملة تمهيدية توجهت نحو إحداث تغييرات جوهرية في الأسس المفاهيمية، وطبيعة المعالجات الرياضية والمنطقية التي توظفها هذه العلوم في التعامل مع معطيات الواقع، وسبر مضامينها بعد أن وفرت أدوات المعلومات والاتصالات بيئة معالجة تتسم بقدرتها الغاشمة على معالجة «البيانات العملاقة» (Big Data) التي

نجحت مجسّاتها الرقمية في جمعها واستقصائها من أعماق الطبقات الجيولوجية لآثار الحضور الإنساني في البيئة الأرضية.

ونجحت حلول منصات «الحوسبة السحابية» (Cloud Computing) وتطبيقاتها المتنوعة في التعامل مع تفاصيل البيانات العملاقة، ونجحت بحراثة مضامينها، طولاً وعرضاً، بواسطة آليات التنقيب في مضامين البيانات والمعلومات، وقاربت على استخلاص خلاصتها المعرفية.

وفي الوقت ذاته حتّمت الخاصية الرقمية للبيانات، وتواصل إنتاجها من موارد متعددة، ومتوازية، وعمّقت الحاجة إلى وجود أنماط أشد انفتاحاً على معطيات الواقع، بعيداً من الحدود التي حاول الفكر فرضها على دائرة المعطيات، وعمد إلى تقسيمها إلى قطاعات ثانوية ليسهل التعامل معها. فأصبحنا على قناعة تامة على أن فهم البيانات ذات الصلة بالسلوك الاتصالي الذي يمارسه المرء أثناء حضوره في فضاء التواصل الاجتماعي سيكون بحاجة إلى أفق معرفي يسعى إلى تشكيل خطاطة معرفية تضم بين ثناياها مجموعة متنوعة من النظريات والفرضيات، وتوظف حلقة مديدة من التقنيات، والمعالجات الذكية التي استمدت خلاصتها من علوم الحاسب، والعلوم الاجتماعية، والفيزياء، والرياضيات، والاحصاء، وعلوم الإدراك، وعلم النفس، وغيرها من العلوم المعاصرة.

وتحصّل عن النمو المتسارع في كم العناصر التي التحقت بهذه الخطاطة الجديدة، وتنوّع آلياتها ومعالجاتها، ولادةُ علم جديد يعنى بتفسير البيانات والمعلومات التي تتولّد نتيجة الحضور الدائم للإنسان المعاصر وتفاعله في بيئتها التواصلية، بات يعرف بـ «الحوسبة الاجتماعية» (Social Computing)[٩].

١ ـ تحوّل مفهوم الشبكة إلى دائرة التواصل الاجتماعي

ولد اصطلاح الشبكة في دائرة علوم الهندسة والرياضيات لوصف نسق هندسي يتركب نسيجه من مجموعة عقد أو قمم (Vertices) تقترن فيما بينها بواسطة روابط (Links)، أو حافات (Edges) تؤشر نحو هوية ومسارات العلاقة التي تؤلف بينها.

وشأن الكثير من الاصطلاحات العلمية، الرياضية والهندسية، التي تتغلغل في حياتنا اليومية، بفعل خطاطة علمية تفرض هيمنتها على المحيط الاصطلاحي، توسعت دائرة استخدام مصطلح الشبكة ففرض حضوره في كثير من مفاصل حياتنا اليومية، فولد اصطلاح شبكات النقل بمختلف أشكالها، وشبكات خطوط نقل الطاقة الكهربائية، وشبكات الهواتف الأرضية.

ولم يسلم علم الاجتماع من آفة إقحام اصطلاح الشبكة في خطاطته العلمية، فاستخدم مصطلح «الشبكة الاجتماعية» (Social Network) لوصف هيكلة مجتمعاتية تتألف من مجموعة كيانات فاعلة (أفراد أو جماعات)، ترتبط مع بعضها، بشبكة من العلاقات، التي تنبثق عن مجموعة الأنشطة

(٩) Lilian Weng, «Information Diffusion on Online Social Networks,» (PhD. Thesis, Center for Complex Networks and Systems Research, School of Informatics and Computing, Indiana University, 2014).

التي تمارسها هذه الكيانات. وتتميز هذه العلاقات بأنماط ونزعات، يمكن أن تدعم عمليات التحليل الرياضي والإحصائي في الكشف عن هوية وخصائص: المجاميع، أو الجماعات، أو المجتمع الذي تصفه مادة نسيج الشبكة.

ولم يبسط هذا الاصطلاح نفوذه بصورة لافتة حتى استعير بصورة مكثفة ضمن دائرة تقنيات المعلومات والاتصالات، وبعيد ولادة بيئة الإنترنت التي استخدم النعت الشبكاتي لوصف المعمارية المجرّدة التي تسود البيئة الترابطية للحواسب وخوادمها التي تنهض بمهمة تشكيل فضائها المعلوماتي.

وإذا كان استخدام مصطلح شبكة الإنترنت قد استُخدم لوصف آلات الاتصال الرقمي وأدواتها، فإن اصطلاح «الشبكة العنكبوتية» (World-Wide-Web)، قد استُخدم لوصف البيئة البرمجية اللّينة التي يسفر من خلال عقدها الفيض الرقمي للمعلومات التي تستوطن بيئة الإنترنت.

وإذا كان التحليل الشبكاتي (Network Analysis) قد توجّه في بداياته نحو وصف، ودراسة، مختلف أنماط المعماريات التي ترتبط وفق خطاطتها شبكات الحواسب، وتلك التي تحدد نهج تنضيد العقد المعلوماتية على رقعة النسيج الشبكاتي، فإن ولادة منصات شبكات التواصل الاجتماعي، وتعمّق ارتباطاتها الحميمة مع الكثير من أنشطة مجتمعاتنا المعاصرة قد حتّمت ولادة خطاطة جديدة تمتلك القدرة على تحليل نسيجها الذي يجمع بين السمة الفيزيائية التي يفرضها الحضور المكثّف للحواسب، والعقد الاتصالية التي جاءت بها أدوات المعلومات والاتصالات، من جهة، والسمة الاجتماعية التي تتميز بتعقيد يفرضه تباين أنماط ونزعات الحضور الإنساني في التطبيقات التي توفرها منصة هذه الشبكة، باتت تمهد لولادة نهج تحليلي من نمط فريد، يمتلك خطاطة تجمع بين سمة التجريد التي يفرضها حضور فضاء المعلومات ومحيطه المجرّد، وسمة الواقعية التي تلتصق بواقع السلوك والنزعات الاجتماعية التي تسود تفاصيل حياة الكيانات الاجتماعية (أفراد، وجماعات) باتت تطيل من مدة إقامتها في محيط المعلومات الموازي لمحيط كينونتنا الحيوية.

ولم يطل انتظارنا لتفتُّح أغصان بادرته التي أبصرت النور قبل بضع سنوات لتعلن ولادة نهج جديد لدراسة وتحليل نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، وبواسطة أدوات ومعالجات معرفية قادرة على سبر المعاني التي تتخفى وراء الأنماط والنزعات التواصلية التي تنصبغ بها عناقيد شبكات التواصل الاجتماعي، وتفرعاتها المعقدة.

٢ ـ البنية الاجتماعية من وجهة نظر محوسبة

يتطلب نقل التركيبة الاجتماعية من مواقع توطنها في مجتمعاتنا إلى الفضاء الرقمي المحوسب إعادة تشكيل الكثير من مبادئ الخطاطة المفاهيمية التي تعامل بها علم الاجتماع عند تأسيس خطاطة الشبكات الاجتماعية وفروعها المعرفية.

لقد تحول الحضور الإنساني في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي إلى نسق رقمي، يستوطن في مصفوفة رياضية، تبوح قيمتها الرقمية بالكثير من التفاصيل التي يتسم بها فضاؤنا الاتصالي على صعيد تصميم واستخدام المعلومات والأدوات الاتصالية في نقل محتوى الخطاب الذي نروم إيصاله إلى الآخر. وقد بوشرت عملية تمثيل عناصر النسيج الاجتماعي بواسطة مخطط رسومي، بالغ التعقيد، يضم كماً هائلاً من العقد التي تترابط فيما بينها بشبكة من العلاقات التفاعلية، متعددة الاتجاهات، وبكثافة تتدرج بحسب عمق العلاقة التي تقيمها الذوات داخل حدود الكيانات المجتمعاتية الرئيسة، والثانوية.

وعندما سنعمد إلى وصف وتحليل النسيج الاجتماعي لفضاء شبكات التواصل الرقمي، سنلجأ إلى تمثيل هذا النسيج بمخطط رسومي، تصطفّ على عموم رقعته الرسومية مجموعة من العقد التي تؤشر إلى حضور مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، مع بروز مجموعة من المتجهات التي تصف مجموعة أواصر التفاعل، والروابط الاجتماعية التي تلمّ شمل مجموعة من الأصدقاء. وينمو نسيج هذه العقد، أو ينحسر، نتيجة للتغييرات الآنية التي تسري في كيان النسيج الاتصالي، بفعل مجموعة متنوعة من آليات التواصل الرقمي التي تسهم في توليد جماعات تتفق في مجموعة من الآراء والمفاهيم، أو تنحسر في أحيان أخرى نتيجة مغادرة بعض أعضاء المجموعة والتحاقهم بجماعات أخرى.

٣ ـ التحليل المحوسب لنسيج شبكات التواصل الاجتماعي

عندما نروم تحليل مادة نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، سنضطر إلى تجزئتها إلى وحدات صغيرة، أو عقد رقمية، مسترشدين بالميزات الفارقة للكينونات أو الجهات التي تستوطن الفضاء الاتصالي، سواء كانت هذه الكينونات أفراداً، أو جماعات، أو مؤسسات، مع توجيه عنايتنا نحو سبر ماهية الوشائج التي تؤطر المناخ التواصلي الذي يلمّ شمل هذه الكينونات، ويعزّز الصلات التي تربط بعضها ببعض.

بصورة عامة لا يمكن أن تتوطن عقد معلوماتية، في النسيج الاتصالي، من دون وجود عقد رديفة ترتبط معها بمسار تواصلي، ينتهي عندها، أو يعاود الانطلاق ثانية للتواصل مع كينونات رقمية أخرى، فتتباين طبيعة الصلات التي تقرن بين هذه الكينونات، باختلاف الباعث على كونها.

ولعل أهم فئات العلاقات الرابطة للحمة النسيج، والتي يمكن الظفر بها أثناء عمليات التنقير في الماجة التواصلية لمنصة شبكات التواصل الاجتماعي[١٠].

ـ علاقات تسعى إلى تبادل، أو الحصول على موارد غير ملموسة سواء كانت معلومات، أو وسائط متعددة، أو بذل مشورة.

(١٠) Tanja Falkowski, «Community Analysis in Dynamic Social Networks,» (Dissertation, angenommen durch die Fakultät für Informatik der Otto-von-Guericke-Universitä Magdeburg, 2009).

ـ علاقات تعزّز الانتماء إلى جماعة قد ترفع من شأن صاحبها، أو تعزز مكانته بين الآخرين، أو تلبي حاجات شخصية قد كظمت في أعماق ذاته منذ حين.

ـ علاقات لبناء صداقة وتعارف مع أفراد تجمعنا بهم قواسم فكرية، أو شخصية.

ـ علاقات لا مبرر لها سوى الرغبة بتزجية الوقت، أو الترفيه عن الذات من آثار الهموم التي تتوالى علينا نتيجة ضغوط الحياة المتكررة.

ونحن عندما نتحدث عن عقدة معلوماتية ما (تتوطن في موقع محدد ضمن الرقعة التي تهيمن عليها منصة شبكة التواصل الاجتماعي) فإننا سنكون بصدد الكشف عن هوية ونمط حضور فرد من أفراد إحدى جماعاتها المتخيّلة. أما عندما نوجّه اهتمامنا نحو حافة من حافات تراكم شبكاتي (في أحد عناقيد المنصة ذاتها)، فإننا سنعاين نمطاً من أنماط الصداقة والعلاقات الحميمة التي تجمع بين فرد أو مجموعة أفراد من الجماعة ذاتها[١١].

وتشرع الجماعات بالتشكّل، تدريجياً، نتيجة لتناسل العلاقات الرابطة بين الكينونات الماثلة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، فيعج فضاؤها بإقبال المزيد من العقد على ميدانها، وتتضخم عناقيدها نمواً، وتتعاظم كثافة العقد المعلوماتية التي تلتصق بشعابها المتفرعة.

وتستمد الجماعة حضورها في الخطاطة المحوسبة من خلال توظيف مفهوم الجماعة في فضاء منصة شبكات التواصل الاجتماعي الذي يشير إلى مجاميع أو عقد متماسكة، تشدّ كيانها قوى التحام تربط هذه الكيانات، وترصّ طبقاتها ضمن بنيات عنقودية وهرمية، تتخذ أشكال متراصّات عشوائية نتيجة لعدم انتظام توزيع العقد على عموم مساحة العنقود الشبكاتي، فتتباين اتجاهات تفرعاتها الجانبية، وتتفاوت مستويات شيوع العقد التواصلية في الحيّز الذي تستقر فيه[١٢].

بداية يمكن تعريف حالة الشبكة التواصلية بعديد أنواع الكينونات (الجهات الفاعلة) التي تشكّل هيكلة العلاقات الرابطة بين أفرادها الوصف المناسب للنمط التفاعلي الذي يسود بيئتها. وتقاس قيمة هذه الهيكلة من خلال سبر طبيعة العلاقة بين زوج من العقد الرقمية المتجاورة. فإذا كانت كلٌّ منهما تنتمي إلى المجموعة ذاتها، فيطلق على الشبكة اصطلاح شبكة علاقات، أو شبكة أحادية الحالة. أما إذا توزعت عملية قياس المتغيرات على مجموعتين من مجاميع الكينونات الاتصالية، فيطلق عليها اصطلاح شبكة انتماء، أو شبكة ثنائية الحالات.

(١١) Alex Comninos, «Twitter Revolutions and Cyber Crackdowns User Generated Content and Social Networking in the Arab Spring and Beyond,» (Association for Progressive Communications (APC), 2011), <https://www.apc.org/es/system/files/AlexComninos_MobileInternet.pdf>.

(١٢) المصدر نفسه.

وتتحدد شدة العلاقة الرابطة بين كيانين أو أكثر من كينونات شبكة التواصل الاجتماعي من خلال قياس الوقت المستغرق، وعمق التفاعل العاطفي، والعلاقة الحميمة المتبادلة بين طرفي التفاعل الذي يمتد بين العقدتين المتواصلتين رقمياً(١٣).

وينشأ عن اختلاف مستوى حميمية الارتباط والتفاعل المستديم بين كينونات شبكة التواصل الاجتماعي، بروز مجاميع، لا تلبث أن تنمو وتتراصف لتشكّل عناقيد متراكبة ترتبط عقدها بواسطة حوافّ قوية. وتشكل هذه المجاميع والجماعات مورداً مهماً للتحليل لتحديد طبيعة انتماءاتها، والخصائص المميزة لأفرادها، وهوية الخطاب التواصلي الذي يسود بين أفرادها.

ونتيجة لتكرار ممارسة مختلف أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعي، وتنوّع هوية المشاركين فيها، وتباين أعدادهم، ستتفاعل التأثيرات وتتلاحم لإنتاج نمط فريد من «الفاعلية الشبكاتية» (Network Dynamics) التي تتمظهر في أنماط بنيوية يمكن أن تستثمرها أدوات الحوسبة لسبر عقد الأنشطة الاتصالية والتواصلية، التي تبرز بين الحين والحين، لتحديد طبيعة الأفكار الجديدة، والاعتقادات، والآراء، والتقنيات الجديدة، والسلع المطروحة، التي تحفل مادة أنشطة التواصل والاتصال الرقمي بتفاصيل أخبارها.

ويمكن أن نطلق على هذه الأنشطة الاتصالية اصطلاح الممارسات الاجتماعية (Social Practices) التي قد يميل المرء إلى ممارستها أو يعرض عنها، والتي تتضمن الميل إلى حزمة محددة من الآراء، أو تبني المفاهيم، أو ممارسة طقوس محددة من السلوك الفردي أو الجمعي.

وتعتمد أنماط التغير في بنية النسق الشبكاتي، توسعاً وانحساراً، على التأثيرات التي تمارسها سلوكيات المستخدمين في البيئة الشبكاتية، وحجم التنافس القائم بين التطبيقات البرمجية التي تفلح في اجتذاب مستخدمين جدد كانوا ملتصقين بتطبيق لم يعد قادراً على اجتذاب مستخدمين جدد، أو دفع منافس له في اجتذابهم بعيداً منه(١٤).

وتسهم عمليات النمو والانحسار الآنية التي تسري في بنية النسق الشبكاتي في توفير مناخ مناسب لفهم طبيعة سلوكيات المستخدمين، وتحديد توجهات الاستراتيجية الجمعية للمستخدمين، وبيان ميل المستخدمين نحو سلوك أو استراتيجية محددة قد ينشأ عنها آثار متباينة على الخطاب المطروح في مواقع التواصل الاجتماعي.

أما على صعيد حوسبة انتشار التأثير والتفاعل التواصلي بين أفراد جماعات شبكات التواصل الاجتماعي، فيمكن افتراض أن سريان سلوك محدد في نسيج الشبكة يعد تعبيراً مباشراً عن سيادة نزعة تقليد الآخر في صناعة الكثير من قراراتنا التي تتطلب سرعة في اتخاذ القرار، أو عندما يغيب

(١٣) Emilio Ferrara [et al.], «The Role of Strong and Weak Ties in Facebook: A Community Structure Perspective,» (Department of Mathematics, University of Messina - Italy, 2012), <http://www.emilio.ferrara.name/wp-content/uploads/2011/06/chasm2012slides.pdf>.

(١٤) Emilio Ferrara, «Community Structure Discovery in Facebook,» *International Journal of Social Network Mining*, vol. 1, no. 1 (2012).

عن أفق تفكيرنا طبيعة وحجم العواقب التي قد تنجم عن ميلنا نحو تبني مضامينها، لكي نكون أكثر توافقاً مع قرارات الجماعة التي ننتمي إليها.

وعلى هذا الأساس ستمر عناقيد الجماعات المتخيلة (التي تقيم في منصة شبكات التواصل الاجتماعي) بحالات صيرورة دائمة نتيجة لاستمرار التحاق أعضائها، أو مغادرتهم المؤقتة أو المستديمة لبيئتها الاتصالية. من أجل هذا فإن كيان هذه الجماعات ستغيب عنه سمة الثبات، التي يمكن أن تستخدم بوصفها مؤشراً على حالات النمو أو الانكماش التي تمر به خلال مراحل معينة. ولا يمكن تجاوز هذه العقبة المعرفية إلا من خلال تبنّي إحدى الفرضيتين التاليتين عند الشروع بحوسبة مادة نسيجها الاتصالي، **الأولى**: أن الجماعة المتخيَّلة عبارة عن كيان شبكاتي تستمر مراقبته عن كثب، و**الثانية**: أنها كيان شبكاتي يمر بحالات إحداث مستمرة.

ولضمان بلوغ مستوى مقبول على صعيد حوسبة الكيان الشبكاتي المعقد لبيئة التواصل الاجتماعي، سنجد لزاماً علينا توظيف نماذج رياضية تتسم بالمرونة في توسّع بنيتها الرياضية، وقدرتها على رصد التغيرات المستديمة في هيكلتها البنيوية لكي تكون النتائج قريبة من الواقع، وقادرة على وصف تداعيات التفاعلات الاجتماعية التي تسري في كيان هذا النسيج التواصلي المعقد.

رابعاً: الجماعات التواصلية ـ المتخيّلة

الجماعات المتخيّلة، كيان اجتماعي مستحدث، يتركب من تكتلات فردية، يشترك أعضاؤها بمجموعة من المبادئ والقيم، والاهتمامات المشتركة. ينتشر أفراد هذه الجماعات على رقعة جغرافية مفتوحة، ويتميزون بفكر وأهداف متقاربة، تمهّد لقيامهم بعملية تقاسم المعرفة والخبرات، والاشتراك بمضامينها، أثناء حضورهم في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد أسهم الحضور غير المسبوق للجماعات المتخيّلة (في فضاء التواصل الاجتماعي) بإحداث تغييرات حاسمة بالأنماط التقليدية لتقاسم المعرفة. فتحوّلت من فضاء التواصل اليومي المباشر إلى فضاء شبكات التواصل الرقمي، وبدأ المحتوى الرقمي الذي ينتجه أفراد الجماعات المتخيّلة (نتيجة لتدفق الأنشطة التواصلية المختلفة) بالنمو تدريجياً، فنشأ عنه حصيلة معرفية اجتماعية، تصلح لأن تكون مورداً يستمد منه أفراد المجتمع الرقمي، وجماعاته، خلاصة مركزة من الأفكار، والمبادئ، والخبرات، التي تثري حياتهم اليومية بمفردات متنوعة، وترسّخ أواصر التواصل مع الآخر الذي يشاركهم الحضور في الفضاء ذاته، بعيداً من محددات الرقعة الجغرافية، والانتماء الحضاري.

ويمنح الحضور الاجتماعي للمرء فرصة الإحساس بالكينونة مع الآخرين، والاتعاظ بتجاربهم، ومحاكاة أنماطهم السلوكية الإيجابية، وشد انتباههم نحو هويتنا. ويوفر المناخ المصاحب لحضور الجماعات المتخيلة فضاءات اجتماعية متعددة، تنشأ عن أنماط التواصل متعدد الأبعاد الذي

ينغمس فيه أفراد هذه الجماعات. فيمنحنا بعضها فرصة الإحساس بمعيَّة أفراد من الجماعة ذاتها، أو جماعات أخرى، بينما توفر لنا الأخرى فرصة تبادل مشاعر التواصل الحميم مع الآخر.

بصورة عامة، تتميز أنطولوجيا الجماعات المتخيّلة بتعدد مستوياتها، نتيجة لتنوع مراتب آليات التواصل المتاح بين أفراد هذه الجماعات. ويدرك أفراد الجماعة أبعاد حضورهم التواصلي من خلال التفاعل الذي تثيره عمليات التواصل الرقمي، وما ينشأ عنه من أحاسيس ومشاعر ترسّخ القناعة بوجود قواسم مشتركة، وفرص أكيدة لتحقيق منافع ومكتسبات مشتركة، فيتولد عن ذلك وسط حميمي يمهد لإحداث محيط إدراكي مشاع يعبد الطريق أمام عملية تقاسم المعرفة، والخبرات.

وعندئذ يمكن أن نلحظ حصول تغييرات واضحة في نزعات أفراد الجماعة، والتي ستتوجه مسارات إثبات حضورها الوجودي، داخل نطاق الجماعة، ويتكثف اهتمامها بمستوى النشاط التواصلي الذي تمارسه على صعيد تقاسم المعرفة مع بقية أفراد الجماعة، فلا يلتفت المرء إلى السمات المميزة لذاته قدر اهتمامه بترسيخ انتمائه للجماعة، والحرص الدائم على شحن مناخها الاتصالي بحصيلة معرفية ترقى بحضورها الأنطولوجي قبالة بقية الجماعات، فينصهر الافراد تدريجياً في بوتقة جماعتهم المتخيّلة، ويصبح حضورهم التواصلي نوعاً من الالتزام السعيد بممارسة أنشطة التواصل والحضور الآني مع الآخرين[١٥].

إن الحضور الاجتماعي الحميم في فضاء الجماعات المتخيّلة، يغذي الدافع لدى المرء إلى الانفتاح على تقاسم المعرفة مع الآخرين، لعدم استشعاره بوجود عوائق تحول دون تواصله معهم، ومشاطرتهم بما تحويه حصيلته من مفردات معرفة وخبرة شخصية. لقد برهنت دراسات متعددة لعلماء الاجتماع على أن الفرد يميل بطبعه، إلى لملمة ذخيرة معرفية ذاتية، تدعم حضوره في المجتمع، وتكفل نجاحه وتفوقه. بيد أنه في المقابل لا يميل إلى المشاركة بهذه الذخيرة ما لم يحس أنه جزء لا يتجزأ من نسيج الجماعة المتخيلة التي ينتمي إليها، وأن هناك قيمة معنوية، سوف تتحقق نتيجة مشاركته بعناصر من هذه الذخيرة.

لقد بدأت الهوية الرقمية تتسلل إلى ساحة الهوية الاجتماعية التقليدية، فأصبحت تشكّل دافعاً إضافياً للممارسات الاجتماعية التي تسود في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، فأصبح المرء يترجح بين ولاءين، ولاء يربطه إلى النسيج الاجتماعي الذي ترعرع فيه منذ نعومة أظفاره، وولاء يشده إلى جماعة متخيّلة التحق بفضائها الرقمي وأصبحت جزءاً لا يتجزأ من ذاته الرقمية التي تحضر على التوازي مع ذاته الأصيلة.

ومما لا شك فيه أن الهوية الرقمية بدأت تبتلع تدريجياً الهوية الأصيلة نتيجة لانفتاح فضائها التواصلي، وتنوّع نزعات الجماعات القطينة فيه، وغياب القيود الاجتماعية عنه، فنتج من ذلك زيادة

(١٥) Kathy Ning Shen, Angela Yan Yu and Mohamed Khalifa, «Knowledge Contribution in Virtual Communities: Accounting for Multiple Dimensions of Social Presence through Social Identity,» paper presented at: 11th Pacific-Asia Conference on Information Systems, 2007, <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1061&context=pacis2007>.

في شدة الانتماء الرقمي، والالتزام بالمشاركة الفاعلة من خلال قنواتها المتعددة، ما أسهم في توسع دائرة مفردات الحصيلة المعرفية التي يشارك فيها، ضمن فضاء الجماعة المتخيلة، وعلى حساب ممارسات هويته الأصيلة، في كثير من الأحيان.

١ ـ الجماعة بوصفها بنية مخالطة شبكاتية

الجماعة (Community) مصطلح يحمل أكثر من معنى يورث مستخدميه الحاجة إلى إعادة مراجعتها عند توظيفه في سياق علمي. ففي البداية نجح في إيجاد حيّز حريج استوطنه في القاموس الفرنسي القديم (Comunité) لبيان مدلول أصول الكلمة اليونانية (Communis) التي تصف حضوراً مكانياً لمجموعة أفراد تجمعهم علاقات، ومشاعر.

بعدئذ استعيرت الكلمة من معاجم اللغة الفرنسية فاستودعت بقواميس اللغة الإنكليزية، فأُلحقت بجعبتها الدلالية معان جديدة، يمكن تلخيص معانيها في خاصيتين أساسيتين تنبني عليها جملة من الخصائص والمميزات الفرعية: **الأولى**، الاشتراك بالإقامة في موضع معلوم؛ و**الثانية**، اهتمامات فردية أو جمعية، وعناية مشتركة بمسائل محددة؛ و**الثالثة**، حضور نمط من التواصل والتفاعل الذي يسهم في إشاعة الرغبة في التواصل مع الآخر، مع الحرص على تفاعل مستدام.

ولم تمتد رحلة هذا الاصطلاح طويلاً بين قواميس اللغة حتى وجد له موطناً جديداً يتناسب مع مضمونه، ويسهم في تنوّع محمولاته بموطن مخصوص من قواميس ومعاجم علوم الاجتماع والتمدن الإنساني.

واستمر حضوره الدائم في ذلك القاموس المتخصص، حتى انبسط فجر العصر الرقمي، وبدأت خطاطة المعلومات بإحداث مناخ تواصلي جديد، يتسم بجوهر رقمي، بات يعرف بمنصة شبكات التواصل الاجتماعي، الذي بدأ المستخدمون بالازدحام في عناقيد متحيزة، تلملم مسارات تواصلهم مع الآخر، فتوحّدهم في كيان جمعي متخيّل.

فأعيد استخدام اصطلاح الجماعة لوصف جمعية من الأفراد الذين يتقاسمون الحضور في عقد معلوماتية، تستوطن الفضاء الرقمي الذي اتسع لابتلاع الامتداد المكاني للمواطن المتجاورة، والقرى، والمدن، والبلدان، واستبعدها عن قائمة الفوارق، ليجعل من خطاب التواصل والتفاعل المتولّد عن الاهتمامات المشاعة، أو الأديان المعتنقة، أو الأعراق المشتركة، أو المبادئ والآراء المتقاربة مسوّغاً أصيلاً لتشكيل كيان مجتمعاتي من نمط جديد، التحم مع البيئة الرقمية، فانصبغ بسمتها المتخيلة.

وبدأت شبكات التواصل الاجتماعي، شيئاً فشيئاً، بممارسة دور المستقطب لتراكمات متخيّلة من عقد الاتصال، التي يتولّد عن سريان فيضها الرقمي، حضور فضاء تواصلي، يؤلف بين ما يحمله المستخدمون من: المبادئ، أو الاتجاهات، أو الرؤى، المادة الرابطة للحمة أفرادها.

٢ ـ نهج الكشف عن حضور الجماعات المتخيّلة

تنمو شبكة التواصل الاجتماعي، بصورة مستديمة، نتيجة عملية الإحداث المستمر لعقد معلوماتية جديدة تلتحق بمادة نسيجها، وحالات التمدد في حافاتها، بالإضافة إلى ترابط العناقيد الثانوية لتشكيل عناقيد أساسية، نتيجة لتقارب الأواصر الاجتماعية التي تربط بين الكينونات الاجتماعية التي تمارس نشاطها التواصلي ضمن شبكة التواصل الاجتماعي(١٦).

ولا تلتزم عملية النمو بنمط، أو نزعة محددة، نتيجة للفاعلية الاتصالية التي تمارس داخل حدود شبكات التواصل الاجتماعي، فقد تتمدد أطراف الشبكة، باتجاه، بينما تتراجع باتجاه آخر. وتتراص العقد المعلوماتية في عنقود من العناقيد، وتتعاظم كثافة حضورها فيه نتيجة لنزعة اجتماعية، فينمو جزء من العنقود على حساب بقية الأجزاء، ليتشكل عن نموه عنقود جديد، يختلف في بنيته، ومعمارية عقده عن العنقود الذي تولّد منه.

بصورة عامة تشخص أمامنا ثلاث خصائص جوهرية تميز منصة شبكات التواصل الاجتماعي، عند مقارنتها مع بقية منصات الويب التي تنتشر في فضاء شبكة الإنترنت:

أ ـ الخاصية الأولى: الاحتواء التكاملي ـ الثلاثي

ترسخ سمة التغير الآني التي تسود بنية النسق الشبكاتي، نتيجة لالتحاق عقد جديدة بهيكلة النسق، أو مغادرة عقد أخرى لتلتحق بأنساق مختلفة، بحيث تتولد مع كل حالة حواف جديدة داخل النسق الشبكاتي، بينما تزول حواف وحدود أخرى، لتختفي تماماً من هيكلته الشبكاتية المعقدة.

وتنشأ خاصية «الاحتواء التكاملي الثلاثي» (Triadic Closure) في أنساق شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الفرضية القائلة «إن اشتراك مستخدمين (في شبكة التواصل الاجتماعي) بصديق مشترك، يزيد من احتمالية نشوء صداقة حميمة بالمستقبل تربطهم جميعاً بحدود مشتركة توثّق أواصر الصلة فيما بينهم».

ب ـ الخاصية الثانية: شدة الارتباط الاجتماعي

تستخدم هذه الخاصية لوصف قوة أواصر الارتباط التي تجمع مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي وتؤشر إلى مستوى التواصل القائم بينهم ضمن حدود الشبكة.

وقد صاغ مجموعة من الباحثين سلسلة من القواعد التي يمكن من خلالها تحديد شدة الارتباط الاجتماعي (Tie Strength) بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (انظر الشكل الرقم (٢ ـ ١)):

---

(١٦) Emily Jin, Michelle Girvan and M. Newman, «The Structure of Growing Social Networks,» SFI Working Paper, no. 2001-06-032, Santa Fe Institute, June 2001), <http://www.santafe.edu/research/working-papers/abstract/1abae5d4cb251d93807d40e86d015904>.

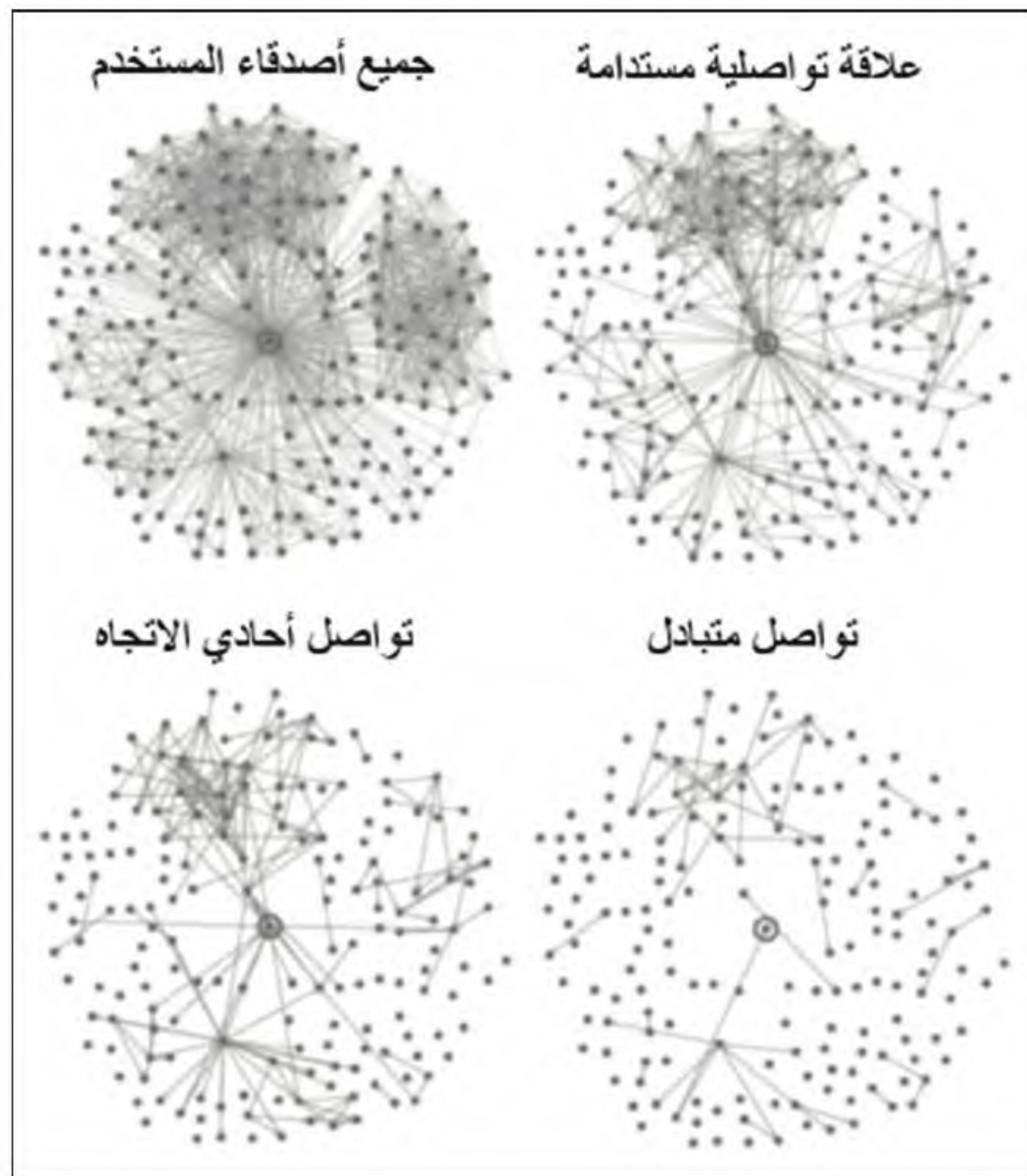
(١) القاعدة الأولى: يمثل الرابط اتصالاً متبادلاً (Mutual Communication) إذا تواصل المستخدم وتلقى مادة تشير إلى تفاعل قائم لدى النهاية الثانية للرابط.

(٢) القاعدة الثانية: يمثل الرابط اتصالاً أُحادي الاتجاه (One-Way Communication) إذا تواصل المستخدم لمرة واحدة أو عدة مرات مع صديق يستقر عند النهاية الثانية من الرابط.

(٣) القاعدة الثالثة: يمثل الرابط علاقة مستدامة (Maintained Relationship) إذا قام المستخدم بتتبع نتيجة محاولة تواصله مع صديق يقيم في النهاية الثانية من الرابط، من خلال مراجعته المتكررة لمحتوى صفحات أخبار خدمات تغذية موقع التواصل الاجتماعي.

الشكل الرقم (٢ ـ ١)

خصائص شدة الارتباط بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي



ويبدو واضحاً من الشكل الرقم (٢ ـ ١) كيفية تمثيل نسق العلاقة القائمة بين مستخدم من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي (فايسبوك) ومجموعة متنوعة من أصدقائه. حيث يظهر أمامنا الوصف الرسومي لجميع الأصدقاء المرتبطين معه عبر شبكة الموقع، وأولئك الذين يتواصل معهم بصورة مستدامة، وآخرين يتواصل معهم بصورة متبادلة، وآخرين يتواصل معهم باتجاه

واحد. وتتجلى في تفاصيل حالات الوصف الرسومي شدة وكثافة الفيض الاتصالي لكل حالة من الحالات، والآثار المترتبة عن ذلك على الخصائص البنيوية للنسق السائد في نسيج الشبكة، ولكل حالة من حالات الوصف الرسومي.

ج ـ الخاصية الثالثة: التوافق مع الأصدقاء

تسهم عمليات التواصل مع الآخرين والأصدقاء، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في إحداث نوع من التوجه نحو التوافق والتطابق مع الأصدقاء (Homophily). فأصدقاؤنا على الشبكة لم يتم اختيارهم بصورة عفوية أو اعتباطية، وإنما هناك مجموعة من القواسم المشتركة على المستوى الشخصي (الميول، والآراء، والمبادئ، والتوجهات)، والاجتماعي (انتماء إلى مكان، أو طبقة، أو فئة)، والديني، والإثني التي كان لها تأثير حاسم ونجحت في أن تجمعنا مع أصدقائنا، وترسّخ علاقاتنا التواصلية معهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وتسهم كل خاصية من هذه الخواص المشتركة في تشكيل النسق البنيوي والسلوكي للشبكة، فتتوسع حافات الشبكة، وتنحسر في ضوء هذه الخصائص، بحسب الخصائص الحاكمة لعلاقتنا بالآخر.

ولما كانت البنية الشبكاتية للعناقيد المذكورة في الشكل الرقم (٢ ـ ١)، مؤشراً على تأليف جماعات متخيّلة جديدة، أو التحام أخرى مع جماعة تتقارب معها في الخطاطة التفاعلية، أو تلاشٍ لمجموعة كبيرة من العقد الاتصالية نتيجة ارتحالها إلى عنقود تستوطنه جماعة تتفق معها بفحوى الخطاب التواصلي، فإن من الضروري أن تتوافر بين أيدينا أدوات وآليات، تستهدي بنهج بادٍ لتمييز حضور الجماعات في نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، وحصر المساحة المتخيّلة التي تنبسط عليها الأنشطة التفاعلية لأفرادها.

وفي عموم الحالات، سنكون ملزمين بممارسة عملية «التقسيم الكتلي» (Clustering) لمادة النسيج الشبكاتي، مسترشدين بتقارب مستويات كثافة العقد الاتصالية في مخططات الوصف الرسومي ثلاثي الأبعاد لنسيج الشبكة. بعدها سنعتمد تعريفاً دقيقاً لمفهوم حضور الجماعة المتخيّلة في العناقيد المنتخبة، على أساس انتخاب المجاميع الثانوية للجهات الفاعلة (الكينونات التواصلية) التي تترابط فيما بينها بوشائج تفاعلية متينة، ومباشرة، ومكثّفة، ومتكررة[١٧].

وستبرز أمامنا حينئذ المسائل الآتية، التي ينبغي علينا حسمها لضمان تحديد السمات المميزة للجماعة المتخيّلة، وهوية أفرادها، وطبيعة العلاقات والتفاعلات التي ترسو في بيئتهم الاتصالية. ويمكن بلوغ ذلك من خلال[١٨]:

---

(١٧) David Darmon [et al.], «Detecting Communities Using Information Flow in Social Networks,» (University of Maryland, College Park, Paris, 2013), <http://www.santafe.edu/media/cms_page_media/500/CSSS 13-dynComPaper%20(2)_1.pdf>.

(١٨) Weng, «Information Diffusion on Online Social Networks».

(١) تحديد الخاصية الجامعة التي تصف الخطاطة المفاهيمية للجماعة المفترضة.

(٢) انتخاب المجاميع التي تشترك بتبني جزء من هذه الخطاطة المفاهيمية، أو تتبناها جميعاً.

(٣) انتقاء العقد الاتصالية التي ترتبط في ظل هذه الخطاطة بأواصر تفاعلية حميمة، ومكثفة، ومستديمة، ومتكررة.

(٤) تحديد مستويات الانتماء للجماعة على أساس التباين في قوة الأواصر التفاعلية التي تربط بعضها ببعض.

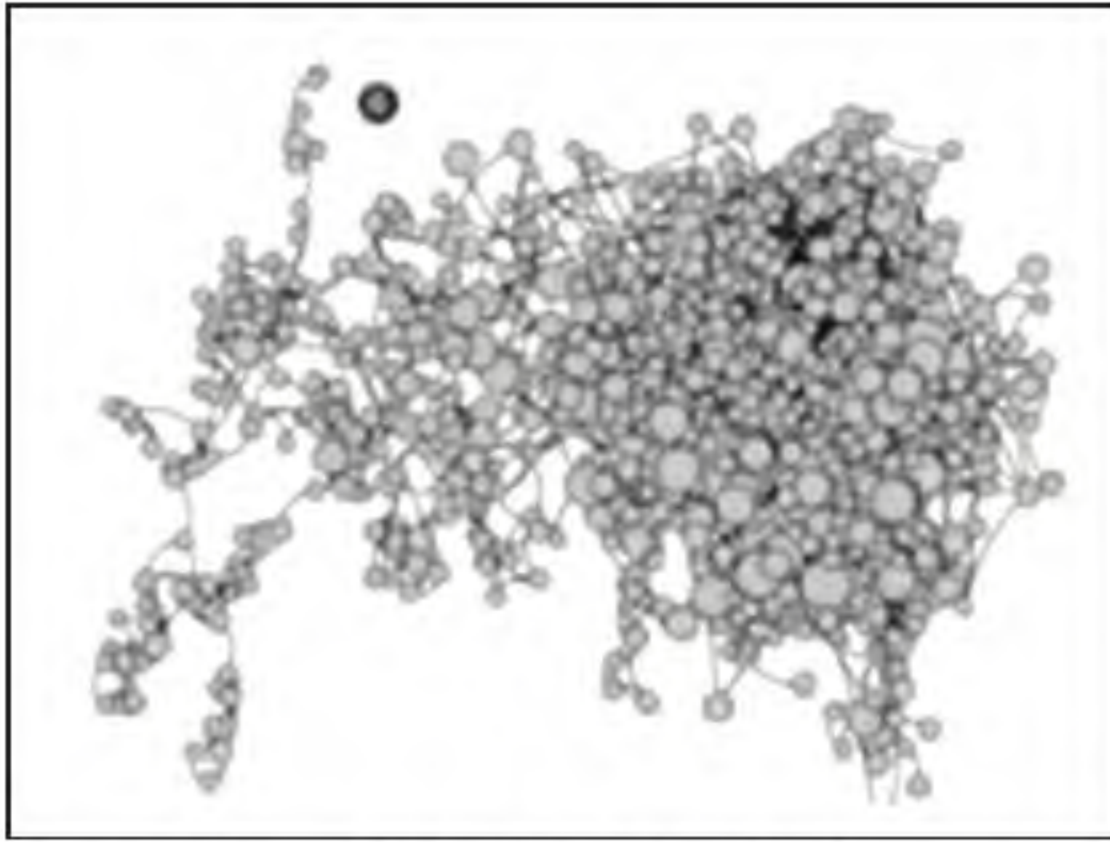
فقد يشترك أعضاء الجماعة المتخيّلة بتيار فكري، أو عقدي، أو سياسي، أو يجمعهم نمط من الممارسات الشخصية. ويمكن سبر السمات المشتركة من خلال توظيف آليات التنقيب والسبر المعلوماتي (Data Mining) الذي يوفر لنا خطاطة واضحة عن النزعات والتوجهات التي تكمن في خطاب أفراد الجماعة، أو يعتمد على بعض مفردات الخطاب التفاعلي التي تؤشر إلى وجود قواسم معرفية مشتركة بين أصحاب هذه العقد المترابطة[١٩].

وتستمر عملية السبر والتقسيم لحين استكمال تحليل الهيكلة الهرمية لأفراد الجماعة المتخيّلة، التي قد تضم أكثر من مستوى من المستويات الثانوية، والثالوثية، لحين خفوت آثار التفاعل أو التواصل بين العقد التواصلية حيث تنتهي حدود حضور الجماعة المتخيّلة التي نجحنا في بيان حدودها، وتبدأ حدود جماعة جديدة بالبزوغ[٢٠].

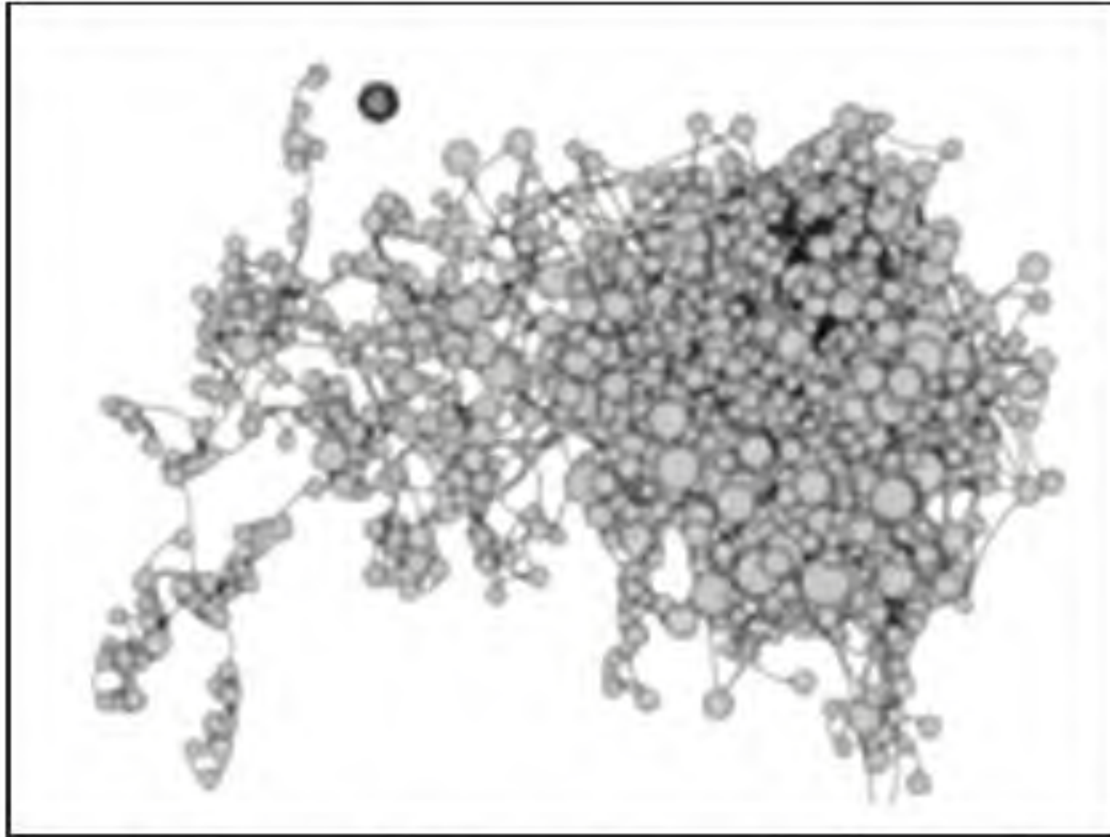
ويبدو واضحاً من الشكل الرقم (٢ ـ ٢) الآثار الملموسة لعمليات السبر والتقسيم التي تمارسها أدوات تحليل البنية المحوسبة للنسيج التواصلي، وكيف أن الخليط الذي يبدو غير متجانس للوهلة الأولى، سيتحول إلى مجاميع متباينة تتجاور فيما بينها، في ضوء المعايير التي ذكرت أعلاه، فأسهمت

الشكل الرقم (٢ ـ ٢)

آثار ممارسة عملية التحليل وسبر نسيج الشبكة التواصلية لبيان حضور الجماعات المتخيّلة



النسيج الشبكاتي قبل عملية التقسيم الكتلي



النسيج الشبكاتي قبل عملية التقسيم الكتلي

المصدر: Lilian Weng, «Information Diffusion on Online Social Networks,» (PhD. Thesis, Center for Complex Networks and Systems Research, School of Informatics and Computing, Indiana University, 2014).

---

(١٩) John Bryden, Sebastian Funk, and Vincent A. A. Jansen, «Word Usage Mirrors Community Structure in the Online Social Network Twitter,» *EPJ Data Science*, vol. 2, no. 3 (2013).

(٢٠) Ferrara [et al.], «The Role of Strong and Weak Ties in Facebook: A Community Structure Perspective».

في مقاربة وتجميع العقد التواصلية ضمن الخطاطة المفاهيمية التي يشترك الأفراد في تبني خطابها المعرفي.

٣ ـ الجماعات التواصلية المتخيّلة

أسهم الحضور المكثف لأدوات المعلومات والاتصالات في فضاء المعلومات العربي، وامتداد خيوط نسيجه الشبكاتي على عموم الرقعة الجغرافية لوطننا في بروز مجموعة متنوعة من الجماعات المتخيّلة، التي التحق أفرادها، بمواقع، وتطبيقات رقمية، تتوافق إلى حد كبير مع الإطار العام لانتماءاتهم، وأفكارهم، وتطلعاتهم الشخصية.

وبدأت هذه الجماعات تمرّ بسلسلة تحولات نتيجة للحركة الجدلية التي تسري في كيانها المجتمعاتي، والتي تتأثر إلى حد كبير بطبيعة الخطاب المطروح في البيئة التواصلية التي تجمعهم، وطبيعة التفاعلات والتأثيرات التي ينتجها هذا الخطاب على صعيد إعادة تشكيل خطاطتهم الفردية وفكرهم الجمعي.

وعلى هذا الأساس يمكننا القول إن ثمة فضاء متعدد الأبعاد، تتألف مادة نسيجه من الحضور الآني لأفراد الجماعات العربية المتخيلة، قد بدأ بالتشكّل نتيجة تواجدهم المكثف في مواقع الويب. وأن هذه الجماعات قد بدأت بالنمو والتلاحم لتتحول إلى نسيج مجتمعاتي يعبّر في هويته، واهتمامات أفراده (من المستخدمين)، وتطلعاته عن فضاء معلومات عربي (Arabic Infosphere).

ويتكوّن هذا المجتمع من مجموعة متنوعة من الفضاءات الافتراضية التي تنشأ عن فضاء معرفي/تواصلي يحضر في بيئته الافتراضية مجموعة المستخدمين الذين يجمعهم اهتمام مشترك ينبع عن الخطاطة المعرفية العربية، والتي تسهم عناصرها في توجيه مسارات استخداماتهم، وطبيعة المعلومات التي يفتشون عنها في بيئته الاتصالية، وتحدد مسارات، وأنماط، الخطاب الذي يتداولونه مع أقرانهم من المستخدمين، ومضامين هذا الخطاب، وانتخاب الكيانات (سواء كانت تمثل: أفراداً، أو منظمات، أو مواقع) التي يرومون التواصل معها عبر خطاباتهم[٢١].

وتتألف هيكلة هذا المجتمع، من مجموع المستخدمين الذين يقطنون فضاء المعلومات، ونسيج العلاقات الحميمة التي تربط فيما بينهم، كنتيجة لوجود رغبة مشتركة للتعلم من الموارد المطروحة (في فضاء من فضاءات المعرفة المناظرة لحقل من الحقول المعرفية) و/أو من عناصر الحصيلة المعرفية التي قد تتوافر لدى أحد أفراده.

قد يشترك أعضاء هذا المجتمع الافتراضي بالرغبة في ممارسة المهمة ذاتها (التعلم من الآخر)، أو قد يحتفظ كل مستخدم (يقيم في هذه البيئة) بهدف محدد يروم بلوغه من خلال استثمار الحصيلة

(٢١) Christo El Morr and Pierre Maret, *Virtual Community Building and the Information Society: Current and Future Directions* (New York: Information Science Reference, IGI Global, 2011).

المعرفية المستوطنة في ذاته، مضافاً إليها جزء من الحصيلة التي يمكن نوالها نتيجة للتواصل مع الآخرين، وتبادل الخبرات معهم.

ويسعى أفراد هذا المجتمع الافتراضي إلى توجيه اهتماماتهم، وترسيخ علاقاتهم الوجودية مع الآخرين، على أساس القيم والثوابت التي يستمدونها من عناصر الخطاطة المعرفية الإسلامية وأخلاقياتها.

وتسهم البيئة الاتصالية لهذا المجتمع المتخيّل في تشكيل السمات الشخصية لحضورهم في مواقعها، وترسيخ عملية التمركز حول الذات، والانفتاح على الآخر، وتحديد معالم المواقف الأساسية التي تتشكل منها هويتهم وحضورهم الرقمي في البيئة المتخيلة، حيث ستطفو على سطح تواصلهم نقاط التوافق، وتطابق الآراء مع الآخر، و/أو تناقضها.

وتتحدد أهمية الجماعات المتخيلة بمستوى الحضور الفاعل لأفرادها (المستخدمين) وممارساتهم التواصلية، وترتبط عملية نموها، بحجم النشاط الذي يمارَس تحت مظلتها، والذي ينعكس مباشرة على تنمية عناصر شخصيتهم، ويسهم في تعميق هوية حضورهم المعرفي.

يتمتع حضور الجماعات المتخيّلة في هذا الفضاء بحضور زماني أطول كثيراً من الحضور في الجماعات الفيزيائية التقليدية. ويرتبط أفراده افتراضياً وفق نسق منتظم، حيث تتوافر لديهم أكثر من وسيلة رقمية لتبادل الآراء، وتجلية المعاني والمفاهيم، والمشاعر، والخبرات، في أي وقت يشاؤون، متحررين من عقبة المكان وقيوده الثقيلة.

ويمكن أن نتلمّس الخصائص الجوهرية الآتية في فضاء المعرفة العربي المتخيّل على الإنترنت[٢٢]:

• أن أفراد هذا المجتمع المتخيّل والمساهمين في تشكيل بيئته الاجتماعية هم أفراد بعيدون من لعب الأدوار أو النهوض بتنفيذ مهام.

• يشكّل أفراد الجماعات المتخيلة، ومجاميع العمل، وورش التواصل الركيزة الأساسية لهذا النمط من المجتمع المتخيّل، وتُعَدّ هذه النشاطات وسطاً خصباً لنمو الحصيلة المعرفية والقدرات التواصلية لدى أفراده.

• تُعَدُّ عملية مشاركة الآخر والتواصل معه جسراً تمارَس من خلاله مجموعة من الأنشطة التي تسود بيئة هذا المجتمع حيث ينسجم أفراده، وتترسخ لديهم قناعة أكيدة بأهمية التواصل فيما بينهم على صعيد المعتقدات، والأفكار، والمشاعر حيث تسهم في تعميق الآثار المعرفية عن هذا النمط من التواصل الحميم.

(٢٢) Miltiadis D. Lytras [et al.], eds., *The Open Knowledge Society: A Computer Science and Information Systems Manifesto* (Berlin Heidelberg: Springer Verlag, 2008).

• يستشعر أفراد هذا المجتمع حرية كبيرة وغياب القيود عن أي نمط من أنماط التواصل مع بقية أفراد مجتمعهم المتخيّل، مع توافر أكثر من فرصة للتواصل مع المتخصصين وذوي الخبرة، وتبادل الآراء معهم، واستثمار نتائج ممارساتهم الميدانية.

• سيادة سمة الانفتاح الكلي على الآخر، وثراء، وتعدد، الموارد المتاحة، التي يوفرها المجتمع للتشارك بين أفراده ضمن حقل الاهتمام المشترك للمستخدمين؛ الأمر الذي يسهم في تنمية العلاقات بين أفراد الجماعات المتخيّلة، والبيئة المعرفية/الاتصالية للمجتمع الذي تنتمي إليه هذه الجماعات.

• تسهم البيئة الترابطية المتخيّلة (التي يتمتع بها أفراد هذا المجتمع) في توفير مناخ خصب للتشارك والتواصل الآني بين أفراده بعيداً من قيود الزمان والمكان.

• يتميز هذا المجتمع بهيكلة دينامية، ونظامه المفتوح، الذي ينفتح بصورة شبه كلية على أفراده، وعلى علاقاته مع بقية المجتمعات المتخيّلة، والمجتمعات التقليدية. الأمر الذي يمنحه فرصة النمو بكافة اتجاهات تواصله مع الآخر، ودون وجود عوائق.

ولما كانت شبكات التواصل الاجتماعي هي أكثر الوسائل التي ترسّخ المناخ المجتمعاتي، وتوطّد أواصره، وتسهم في تلاحم نسيجه الرابط بين أفراد هذه الجماعات. سنحاول أن نناقش حضور هذه الشبكات، وحجم انتماء المواطنين العرب لبيئتها الرقمية لكي تتضح أمامنا تفاصيل محيط المعلومات العربي بشقيّه المادي والمتخيّل.

٤ ـ رأس مال شبكات التواصل الاجتماعي

ولد مصطلح رأس المال الاجتماعي (Social Capital) قبل أن تبدأ إرهاصات مجتمع المعلومات بعقدين من الزمان على يد الباحثين بورديو وكولمان[٢٣]، ولم تمر سوى بضع سنوات حتى استفاض استخدام المصطلح في مضمار العلوم الاجتماعية، فتعددت المراجعات التي مارسها الباحثون على خطاطته المفاهيمية، ليتحول قبل عقد من الزمن إلى مفهوم مغروس في تربة العلوم الاجتماعية.

على التوازي مع تعريف رأس المال، عد رأس المال الاجتماعي مورداً داعماً للمنظومة الاقتصادية كونه يضم بين ثناياه مجموعة متنوعة من المصادر، ذات الأصول الاجتماعية، والتي تنهض بمهمة توليد قيمة اقتصادية مضافة للبيئة الاقتصادية، نتيجة للثمار الناجزة عن التعاضد البناء بين أفراد الجماعة، والمجتمع.

(٢٣) Pierre Bourdieu, «The Forms of Capital,» in: John G. Richardson, ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York: Greenwood, 1985), and James S. Coleman, «Social Capital in the Creation of Human Capital,» *The American Journal of Sociology*, vol. 94 (1988), pp. 95–120.

الجدول الرقم (٢ ـ ٣)

مقارنة بين خصائص الجماعات في المجتمع المتخيّل والمجتمع التقليدي

الجماعة	السمات والخصائص	
	المجتمع التقليدي	المجتمع المتخيّل
مجموعة اللقاء والمواجهة	يتحدد زمن اللقاء والمواجهة بمدة تتحدد بطبيعة اللقاء مع الآخر، وينتهي بانتهاء مراسيمه.	يتسم اللقاء بتواصل افتراضي مفتوح بين أعضائه، ولا يتحدد بموضوع محدد، أو ينتهي بانتهائها.
الأسرة	تتشكل الأسرة بالإطار الاجتماعي الذي تفرضه درجة القربى، وصلات الدم وغيرها من الصلات التي تجمع بين أفرادها.	تتشكل الأسرة المتخيلة من مجموعة صلات وأهداف مشتركة، ومبادئ وعقائد تجمع تحت مظلتها مجموعة محددة من الأفراد.
جماعات المهنيين	تهدف إلى ترسيخ التواصل بين ذوي الخبرات المهنية في حقل من الحقول من خلال سلسلة من الأنشطة والوسائل الصريحة.	تشجع الجماعات المتخيلة على تبادل المسائل الشخصية ذات الصلة بتخصص مهني، وتبني مبدأ التعلّم من تجارب الآخرين في بيئة متخيّلة.
جماعات التعلّم	تتألف من مجموعة أفراد يتفقون بمعيار القيم والاعتقادات، ويرومون تعميق حصيلتهم المعرفية بالتعلّم من الآخرين والتواصل المباشر معهم.	تعد الجماعات المتخيّلة فئة من فئات مجتمع التعلّم التي يشترك أصحابها بمبادئ وقيم ومعتقدات، ويلتحقون مع بعضهم بواسطة الانتماء للجماعة المتخيلة، والمشاركة والتواصل بما يمتلكون من معارف وخبرات.

وقد ارتبط مفهوم رأس المال الاجتماعي (لدى علماء الاجتماع) بحصيلة القيمة الاجتماعية التي يمكن أن تتحقق كنتيجة ملازمة للتفاعلات الحاصلة في بيئة الشبكات الاجتماعية، حيث تسري أنشطتها في نسيج المجتمع، وتتغلغل بين جماعاته المختلفة، والأفراد الملتحقين بها، بمختلف أنماط الأنشطة الاجتماعية. وبذلك اشتركت الموجودات الاجتماعية، مع الموجودات المالية، والثقافية في تشكيل ثلاثية رأس المال التي يستمد منها المجتمع موارده وسلطته (رأس المال الاقتصادي، ورأس المال الثقافي، ورأس المال الاجتماعي).

ومع بدايات الألفية الجديدة، وبسط فضاء المعلومات حضوره في الكثير من الأنشطة التي يمارسها المجتمع المعاصر، مارست شبكة الإنترنت دوراً فاعلاً في إحداث تغييرات حاسمة بالخطاطة المفاهيمية للمصطلح بعد أن أعلن عن ولادة مجتمع المعلومات والمعرفة، فاحتلت

الموارد المعرفية غير الملموسة المقام الذي هيمنت عليه الموارد الاقتصادية التقليدية، وفرضت شبكات التواصل الاجتماعي حضورها بوصفها البديل المتخيّل من الشبكة الاجتماعية التقليدية.

ـ تقييم رأس مال شبكات تواصلنا الاجتماعي

لا يزال رأس مال شبكات التواصل الاجتماعي في وطننا العربي في بدايات تشكّل عناصره، ذلك لأن ممارسات التواصل الاجتماعي ما زالت تحثّ الخطى باتجاه إنضاج مستويات الحضور التواصلي، وتحديد ملامح وهوية الأنشطة التي يمكن أن يطرحها المستخدمون العرب على منصة هذه الشبكة العملاقة لبلوغ مستوى مرموق على صعيد الحضور التواصلي، وإنتاج رأس مال معرفي قادر على دعم البيئة الاقتصادية العربية بقيمة مضافة بمختلف أشكال الأنشطة التي تسود البيئة الرقمية العربية.

بصورة عامة يمكن استثمار الأنموذج الذي اقترحه لفيف الباحثين المر وماريت[٢٤] في تقييم واحتساب رأس مال شبكات التواصل الاجتماعي في مجتمعاتنا العربية المعاصرة من خلال اعتبار تأثيرات عناصر ثلاثة:

(١) العنصر الأول: طبيعة الهيكلة التي يتسم بها نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتمد إلى حد كبير، على قدرة الفرد على التواصل مع الآخرين، واستثمار مهاراتهم لإحداث قيمة معرفية مضافة نتيجة لظفره بموارد معرفية جديدة، يمكن أن تلحق مفرداتها بحصيلته الذاتية، أو تستودع بالقواعد المعرفية التي تمتلكها جماعته المتخيلة، أو تلك التي تقتنيها المنظمة الرقمية التي ينتمي إليها، شريطة أن يستكمل ذلك بالحد الأدنى من الوقت المستغرق، مع تجنّب احتمالية تكرار مادة المورد، أو تشتت عناصرها.

(٢) العنصر الثاني: قدرة الأفراد على إدارة وتوجيه دفة ممارساتهم التفاعلية مع الآخر، بحيث تثمر عن ترسيخ أجواء الثقة، وتوطيد الوشائج اللاحمة بين عناصر نسيج الشبكات الاجتماعية المتخيّلة. ولا يمكن إدراك ذلك إلا من خلال إشاعة أربعة مبادئ جوهرية، تتضمن حرص المستخدم على الإيفاء بالالتزامات، والانضباط بالنظام والمبادئ، وترسيخ الثقة، وإثبات الهوية. ولا شك في أن التزام المستخدمين بهذه المبادئ ستؤثر، بشكل ملحوظ، في ماهية الصبغة المميزة للشبكة، وستسهم في الوقت ذاته، في تعميق جذور القواعد والمعايير التي ستثبت في نفوس أفراد الجماعة، الإحساس بالصبغة المميزة لجماعتهم المتخيّلة، وتأصُّل شعورهم بهويتهم المميزة.

(٣) العنصر الثالث: اقتدار أفراد شبكات التواصل الاجتماعي على صعيد تقاسم المعلومات والموارد المعرفية مع أقرانهم، ويمكن أن يتحقّق ذلك من خلال إدراكهم السليم لطبيعة الفرص التي

---

(٢٤) El Morr and Maret, *Virtual Community Building and the Information Society: Current and Future Directions*.

يمكن إحداثها نتيجة لبثّ المعلومات على رقعة واسعة من نسيج التواصل الاجتماعي، مع توفير المناخ المناسب لتبادل الخبرات والمشاركة بالممارسات الذكية.

ولا تتوافر (حالياً) بين أيدينا معلومات كافية يمكن أن نسترشد بفحواها في عملية تحديد المستويات المرجحة لرأس مال شبكات التواصل الاجتماعي الذي بدأ يتشكّل عندها، وتتفتح عملية تراكم موجوداته المتخيّلة على مستوى الموارد المعرفية، والمهارات والخبرات. ونوجّه بدورنا دعوة إلى الباحثين العرب، للبدء بصياغة خطاطة بحثية رصينة، يمكن أن توفر لنا إجابة دقيقة عن هذه المسألة.

خامساً: حضور الذات في بيئات التواصل ـ المتخيلة

منحتنا شبكات التواصل الاجتماعي قدرة تمكينية على إنشاء ذات متخيّلة، توازي الذات التي تستقر في أجسادنا، بعد أن أصبحنا قادرين على تحديد إطار عضويتنا في الشبكة، وانتخاب اسم يناسب هويتنا التي نروم الحضور بها أمام الآخر، فنكون قد لبَّينا جلّ متطلبات عرض ذاتنا المتخيّلة في ساحة التواصل الاجتماعي، وانتخاب أصدقاء يمكن أن نلحقهم بموقعنا، ثم نبدأ بممارسة أنشطة تواصلية وأخرى تحاورية مع الأصدقاء والزوار الجدد.

وتنمو حصيلة أنشطتنا التواصلية يوماً بعد يوم، نتيجةً لإضافة المزيد من النصوص، والصور التي تؤشر نحو المزيد من التفاصيل عن ملف حياتنا الثانية في البيئة الشبكاتية، وتتزاحم الترابطات الحميمة مع أصدقاء قدامى، فتنمو شيئاً فشيئاً لكي تحدد معالم حضور ذواتنا الرقمية في شبكات التواصل الاجتماعي.

وتبرز في هذا المقام إشكالية التمييز بين الحضور الرقمي الذي نمارسه عند إبحارنا في فضاء المعلومات، وبين حضورنا الأنطولوجي في العالم الواقعي. فالقراءة الفلسفية لهذا النمط من التحوّلات تعدها امتداداً للواقعة ذاتها، مع الانعزال عن واقع بسبب الولوج في واقع من نمط آخر. أما القراءة المعلوماتية لهذا التحوّل فتعدّه نوعاً من المقاربة التي تتولّد عن استخدام الأدوات الطرفية للحاسب وملحقاته، والتي تمارس دور إعادة تشكيل الأنطولوجيا الرقمية لحضورنا الذاتي في الفضاء الذي تهيمن المعلومات على فيوضاته وتداعياته الرقمية.

١ ـ إنشاء الذات في الفضاء التواصلي

وصفت أدبيات علمي النفس والاجتماع المعاصرين الذات من خلال أنموذج ذهب إلى تمثيلها بصيرورة تجريدية، تتلبس بلبوس الكينونة المادية نتيجة للتفاعلات الدائمة بين الإنسان والواقع الذي يقيم فيه، حيث تنجلي هوية المرء نتيجة لسلسلة الفاعليّات التي يمارسها للتعبير هن هويته الأنطولوجية.

وتسهم تفاصيل الواقع، بجميع أشكال التحديات التي تفرضها على الحضور الإنساني، في إعادة تشكيل بعض ملامح الهوية، وتشذيبها، وتعاليها لضمان قدرتها على التكيّف، والحفاظ على الجوهر قبالة التحديات التي تفرضها تفاصيل الوقائع الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والسياسية[٢٥].

وإذا كانت البيئة التفاعلية التي يسخرها الواقع التقليدي محكومة بمكان وزمان تديرهما منظومة الفيزياء الصارمة، فإن الانفتاح العولمي الذي وفرته أدوات المعلومات والاتصالات (من خلال منصات التطبيقات الشائعة في شبكة الإنترنت، بصورة عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي، بصورة خاصة) قد أسهم في إحداث بيئة خصبة، مفعمة بأكثر من فرصة مواتية للتواصل والتفاعل مع الآخرين، ممن يشتركون معنا في الإبحار بهذا الفضاء المفتوح، مع تنوّع الخبرات، والتفاعلات الآنية، بحيث أصبحت الصيرورة التجريدية للذات الإنسانية عرضة للانتقال إلى طور تحوّل من نمط مستجد، قفز بها إلى مجال الصيرورة الرقمية التي تتصف بتجريد أشد تعقيداً، كما أن تأثيرات التواصل والتفاعل الجديدة قد أمست أشد عمقاً على صعيد التحديات التي بات تحملها إلى دائرة الذات الإنسانية، فتزايد تأثير القوى الجاذبة والدافعة، وتعمّق تعرض الذات إلى المؤثرات بحيث أوشكت على توليد ذات جديدة أصبحت تعرف بالذات الثانية، أو «الذات الشبكاتية» (Networked Self).

من أجل هذا لم تُعَدّ قراءاتنا لمفهوم الذات الذي ناقشه الفلاسفة وعلماء الاجتماع ذات جدوى بعد ولادة مفهوم الذات الشبكاتية، وحضورها الدائم مع ذواتنا بمعيّة أنطولوجية ستديم حيرتنا في تحليل ماهيتها وسبر تجلياتها في فضاء المعلومات.

وإذا كان لأي مرتبة وجودية نلتبس بلباسها الأنطولوجي بصمة تُعَدُّ تمثيلاً لجزء من ذاتنا الحاضرة في تفاصيل الواقعة اليومية، فإن حضورنا في فضاء الإنترنت المتخيّل قد فرض علينا تحديد بعض السمات الفارقة التي تدعم تمييز حضورنا الرقمي، فاقترح علينا عنونة الموقع، وعنوان البريد الإلكتروني، وغيرها من البصمات الرقمية التي تؤكد حضورنا قبالة حضور الآخر في الفضاء الرقمي.

٢ ـ الهوية الرقمية: بصمة الحضور المتخيّل لذواتنا

يمنح المجتمع أفراده مجموعة من السمات التي تنصبغ بها هويتهم الشخصية التي تحدد معالم حضورهم، وأنماط تواصلهم مع الآخرين داخل حدوده. وإذا كان نمو الهوية وتكاملها مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالرقعة الجغرافية التي نقيم فيها، حيث يشاركنا فيها مجموعة من الأفراد والجماعات، فإن تغلغل فضاء الإنترنت في أدق تفاصيل حياتنا الراهنة قد أسهم، إلى حد كبير، في التخفيف من وطأة

(٢٥) Zizi Papacharissi, ed., *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (New York: Routledge, 2011).

الدور الذي يمارسه المكان، الذي نقيم فيه، في تشكيل هوية الإنسان المعاصر، بعد أن انفتحت آفاق حضوره الرقمي، فتجاوزت عقبة المكان الذي يقيم فيه باتجاه فضاء التواصل العولمي(٢٦).

لقد تحوّل الانتماء الاجتماعي من انتماء إلى جماعة تشاركنا المكان، وتشاطرنا مجموعة من القيم والتقاليد التي توارثتها سلالتنا الاجتماعية، إلى انتماء مصطنع في بيئة شبكاتية افتراضية، ويتألف عمقه الثقافي من مجموعة الأفكار، والآراء، والرؤى التي يتشاطرها أفراد الجماعات أثناء ممارسة أنشطتهم التواصلية في بيئة شبكات التواصل الاجتماعية.

وإذا كانت هويتنا التقليدية تتسم بفرادتها، وتميّز حضورنا الاجتماعي بين بقية أفراد المجتمع، فإن الهوية التي استحدثها فضاء المعلومات قد تفوّقت عليها بتعدد مستوياتها، وتباين مضامينها، وتداخل أدوارها، بفعل تكاثر صعد ومسارات التواصل مع الآخر، سواء كان فرداً أو جماعات. لقد تحوّلت الهوية في عصر المعلومات من هوية راسخة إلى هوية متخيّلة، تتوافق مع البيئة الافتراضية الرقمية، بحضورها المتخيّل.

ويمكننا القول إن الهوية الرقمية عبارة عن إنشاء اجتماعي يوظف الأدوات التي توفرها تقنيات المعلومات والاتصالات لتأطير حضورنا المتخيّل في مواقع وتطبيقات الفضاء الاتصالي المعاصر.

وتتميز عملية إنشاء الهوية الرقمية بكونها عملية أشد تعقيداً من الممارسات التي نسعى من خلالها إلى تكوين مجموعة من «المظاهر الشخصية الرقمية» (Personal Profiles) التي لا تزيد على كونها تلميحات رقمية محدودة عن الذات. في المقابل تستلزم عملية إنشاء هويتنا الذاتية سلسلة من تعديلات سياق الحضور الرقمي، والتي تحدد معالمها، سياقات أنشطتنا التواصلية مع الآخرين، لكي تكون الهوية المصطنعة قابلة للتفسير والفهم من قبل الآخر الذي يتواصل معنا عبر منصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة(٢٧).

لقد رجحنا استخدام مصطلح الإنشاء على غيره من المصطلحات، لأن الهوية الرقمية تمرّ بسلسلة من عمليات البناء والتكوين المستديمة، نتيجة للتأثيرات المستمرة التي تتعرض لها الذات أثناء حضورها في البيئة التواصلية. وتستمر عملية تشكيل الهوية، بشقيها الفيزيائي والمتخيّل، بحسب قوى الشد والجذب التي تتعرض لها الذات أثناء تفاعلها اليومي مع الآخر ضمن أنشطة التواصل الاجتماعي، وبشقيه الواقعي والرقمي.

ويعد التفاعل الاجتماعي نمطاً من أنماط تحاور الهويّات بين مجموعة من الأفراد، التي تقيم في بيئة اجتماعية شاملة. ويستحضر المرء جزءاً من عناصر هويته الذاتية أثناء عملية التواصل مع الآخر، تتناسب مع الحاجات التي يفرضها حضوره الاجتماعي في تلك الواقعة. فتتعدد وجوه المرء

(٢٦) Shaoke Zhang, Hao Jiang, and John M. Carroll, «Social Identity in «Facebook» Community Life,» *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, vol. 2, no. 4 (October-December 2010), pp. 66-78.

(٢٧) Massimo Durante, «The Online Construction of Personal Identity through Trust and Privacy,» *Information*, vol. 2, no. 4 (2011), pp. 594-620.

بتعدد حاجته إلى ذلك الجزء من منظور هويته الذاتية التي يسعى إلى تخارجها من خلال الهوية العامة التي يفصح عنها أثناء كل حالة من حالات التواصل المستديم مع الآخر.

وإذا كانت عملية التواصل التقليدية تحدث عبر مواجهة الآخر في بيئة مقيدة زمانياً ومكانياً، فإن عملية التواصل الرقمي تتسم بتعقيد ملحوظ تفرضه الآليات الرقمية، التي تتدفق من خلالها التفاعلات، التي يمارسها المرء خلال حضوره في فضاء المعلومات. ويضاف إلى ذلك فرصة التجسيد المتخيّل للهوية الرقمية، وبمستويات أنطولوجية متنوعة، تكاد لا تلتزم بالقواعد التقليدية التي تزاوَل عند ممارسة عمليات إنشاء الهوية الذاتية[٢٨].

ويحاول المرء، أثناء عملية التواصل مع الآخر، إعادة تشكيل أجزاء محددة من هويته المنفتحة على الآخر، لضمان تناغمها مع مناخ البيئة التواصلية، ممعناً النظر في الأنماط التي يعرض بها المتواصلون هويتهم، لكي يديم عملية التعديل على صيغ حضوره الذاتي، مسترشداً بحصائل، وتداعيات، تفاعله الراهن معهم، وبنتائج عمليات التحويل التي تنطبع آثارها البيّنة في إعادة تشكيل عناصر هويتهم التواصلية.

٣ ـ الكوجيتو التواصلي

لم يقفر محيط المعلومات، الذي ابتكره لوتشيانو فلوريدي، من إجابات مبتكرة، وتحريرات معرفية لوصف جوهر الهوية التي نسعى إلى تضمين صبغتها المميزة، بممارسات حضورنا الرقمي في الوسط التواصلي لهذا المحيط.

لقد ابتكر أنموذجاً غشائياً يتألف من ثلاث طبقات لوصف تدرّج الانفتاح الأنطولوجي لهويتنا على البيئة التي نتفاعل معها[٢٩]؛ فأطلق على **الأول** غشاء الجسد (Corporeal Membrane)، بينما أطلق على **الثاني**، غشاء الإدراك (Cognitive Membrane)، أما **الثالث**، فأطلق عليه غشاء الوعي (Consciousness Membrane).

التحق الإنسان بالغشاء الأول نتيجة لوجوده في المحيط الحيوي، وطبيعة العناصر المادية التي يتألف منها جسده الأرضي، فتميّز بالتركيبة الفزيولوجية لدخيلة جسده عن بقية الموجودات التي تشترك معه بالمحيط الحيوي. أما على صعيد غشاء الإدراك فإن البيانات قد فرضت حضورها في عملية تمييز حضورنا من الآخر، بعد أن أصبحت بفضل نظرية «شانون» وأنموذجه الاتصالي قابلة للتشفير تمهيداً لتغذيتها إلى نظم معالجة قادرة على ترجمتها إلى معطيات مدركة. فأضحى للصوت، والمؤثرات البصرية، وأنماط السلوك المختلفة، وخطابنا اللغوي دور مضاف في تحديد

---

(٢٨) Danah Boyd, «Faceted ID/Entity: Managing Representation in a Digital World,» (M.Sc. Thesis, Massachusetts Institute of Technology, School of Architecture and Planning, Program in Media Arts and Sciences, USA, 2002).

(٢٩) Luciano Floridi, «The Informational Nature of Personal Identity,» *Minds and Machines*, vol. 21, no. 4 (2011), pp. 549-566.

إطار الحضور الأنطولوجي لهويتنا المفارقة للمحيط الذي نقيم فيه ونتعامل مع كينوناته. وهنا تبرز أهمية غشاء الإدراك في بيان حدود البرزخ الذي يفصل البيانات عن تخوم جسدنا المادي، حيث تجرى عمليات الاتصال والمعالجة المنطقة/الرياضية.

أما الغشاء الثالث فيقفز بنا إلى مرحلة تتعالى عن عملية الإدراك باتجاه بيئة ذكية، تمتلك الوعي بحضورها نتيجة امتلاكها أدوات قادرة على معالجة البيانات، وتحويلها إلى معلومات، أو الاستمرار باعتصار محتواها المعرفي لإنتاج فهم عميق، ولغة مشتركة، تسودها شبكة من الترابطات الدلالية التي ترسّخ إدراكنا بحضور الهوية، وعزلها عن بقية الهويات التي تزدحم بها حياتنا اليومية.

حينئذ سترتبط عملية تمييز هويتنا بطبيعة ومحتوى الخطاب التواصلي الذي ننشئه عند اتصالنا مع الآخر، وما ينتج منه من عمليات تعديل المضامين، بما يتناسب مع صيرورة التفاعل الآني معه. ولن يفلح الإنسان في التحكم أو إحداث تعديلات على عناصر هويته المنبثقة عن حضوره الأنطولوجي في فضاء الغشاءين الأول والثاني، لأن كينونتنا قد التصقت بهما، وانصبغت بصبغتهما الوجودية التي لا نستطيع الفكاك منها، بينما يبقى فضاء الوعي منفتحاً على تعالي حضور هويتنا، وانفتاحها على إنشاءات مستديمة للذات.

إن الدور الجوهري الذي تمارسه أدوات المعلومات والاتصالات في إعادة تشكيل الكثير من عناصر حضورنا تحت مظلة غشاء الوعي، وتنامي تأثير الترابطات والعقد الاتصالية على أنماط توليد خطابنا التواصلي، بات يؤكد أهمية التقنية في تشكيل معالم هويتنا الذاتية، سواء داخل حدود البيئة الرقمية، أو خارجها.

كما أن ولادة «محيط المعلومات» (Infosphere) وتغلغل فضاء الإنترنت في جل تفاصيل حيواتنا، قد أحدث طفرة معرفية، من نمط جديد، تجاوزت الإرث الذي حملته تقنية الطباعة لغوتنبرغ التي حققت نقلة في تعاملنا مع الخطاب وتدوينه في وثائق تعاملنا معها بوصفها أدوات مصاحبة لحضورنا، فجاءت بتقنيات المعالجات الرقمية، ووشائج شبكات التواصل الاجتماعي، التي ألصقت المعلومات بذواتنا بحيث لم نعد قادرين على مفارقتها، أو العمل دون التحاقنا بالنسيج الرقمي لأدواتها[٣٠].

وبناء على التحليل الأنطولوجي للهوية الرقمية لدى فلوريدي فإن الكثير من خصائص هذه الهوية المتخيّلة، قد يمتنع وجودها في تفاصيل حياتنا اليومية، لأننا قد نرتدي قناعاً رقمياً لنشيح بالأنظار عن بعض ممارساتنا الاتصالية، أو نعلّق على حائطنا الافتراضي في موقع فايسبوك ما يعبّر عن ذات ثانية اصطنعناها لتتوافق مع ذاتنا المفارقة التي قد تمارس أنشطة تفاعلية لا نريد الإفصاح عنها أمام الآخر.

(٣٠) Luciano Floridi, «Hyperhistory and the Philosophy of Information Policies,» *Philosophy and Technology*, vol. 25, no. 2 (May 2012), pp. 129-131.

وعَدَّ الباحث شيختمان هذا الأمر تعبيراً مباشراً عن حياة افتراضية، موازية لحياتنا اليومية، حيث تمارس ذواتنا لعبة متخيّلة، تصطنع خلالها أقنعة متنوعة، وتعكف على تجسيد حضورها الرقمي، لتمضية ساعات عدة في تواصل مع ذوات أخرى تشترك معنا باللعبة ذاتها، وتلتزم بقوانينها، بعد أن ارتدت أقنعتها التي اصطنعتها لذواتها(٣١).

وقد عكف فلوريدي على معالجة النقلة الأنطولوجية التي تمارسها ذواتنا بانتقالاتها المستديمة بين الهوية الذاتية، والهوية الرقمية ـ الشبكاتية في كتابه الأخير *Onlife Manifesto* بابتكار مصطلح جديد للذات هو «الحياة الحاضرة» (Onlife) الذي يربط حيواتنا الرقمية بالتفاعل والتواصل مع الآخر(٣٢).

وهنا يمكننا القول إن دعوة فلوريدي الجديدة قد استبطنت الإعلان عن كوجيتو جديد مقابل الكوجيتو الشهير الذي أعلن عنه الفيلسوف الفرنسي ديكارت في عصر النهضة «**أنا أفكر إذاً أنا موجود**» ليحل محله كوجيتو الفضاء الشبكاتي ـ المتخيل «**أنا أتفاعل إذاً أنا موجود**». وبذلك يصبح وجود الآخر بالنسبة إلى ذواتنا، مرتهناً بقدرته على التفاعل والتواصل معنا، عبر نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، وأن إخفاقه في تحقيق هذا الأمر، سيكفّ حضوره قبالتنا، ولن يتمتع بمقومات الوجود لعدم قدرته على تحقيق حضوره الأنطولوجي في فضائنا المعلوماتي.

ومن خلال هذا المنظور من المعالجة المعرفية تتضح أمامنا الفوارق الجسيمة بين الهوية التقليدية، والهوية الرقمية. لأننا نحرص على تمييز ذواتنا من الآخر لنرسّخ حضورنا الأنطولوجي في حياتنا اليومية، ونعلّم الفوارق التي تحدد حضورنا الفردي قبالة الآخر. أما الهوية الرقمية فتحضر عبر عدة مستويات، تلتحق جميعها بمبدأ الحضور الأنطولوجي المنبثق عن تواصلنا المستديم مع الآخر، من خلال مراسيم الحياة الحاضرة التي أعلن عن ولادتها فلوريدي في كتابه الأخير.

لقد تلاشت تدريجياً بصمة الفردية الغالبة، لتحل محلّها الأنشطة والممارسات التعاونية، وأصبحنا أشد اقتناعاً بتقاسم مواردنا المعرفية، بعد أن حرصنا لقرون طوال على الاحتفاظ بها في جعبتنا الشخصية. ذلك لأن النسيج الشبكاتي، قد وفّر أمامنا فرصة ثمينة للتواصل مع كم هائل من الذوات التي بدأت شيئاً فشيئاً تعمّق قناعاتنا بوجود قواسم مشتركة مع الآخر، وأنه ليس ثمة وجود حقيقي لذات منفصلة من الآخر، وأن التعايش مع التعقيد، وإدارة دفته لن يكتب له النجاح من دون تقارب هويتنا مع الهويات الرقمية للآخر.

---

(٣١) Marya Schechtman, «The Story of My (Second) Life: Virtual Worlds and Narrative Identity,» *Philosophy and Technology*, vol. 25, no. 3 (September 2012), pp. 329-343.

(٣٢) Luciano Floridi, *The Fourth Revolution: The Impact of Information and Communication Technologies on Our Lives* (New York: Oxford University Press, 2014).

لذا فإننا قد بدأنا نرى أن الهويات الرقمية أضحت أشد تأثراً بانتماءاتنا لمجموعة أو جماعة متخيّلة محددة، كما أنها باتت تحتم على أصحابها الالتزام بمبادئها وشعائرها وطقوسها. وسينشأ عن ذلك تراصف الهويات الرقمية، ضمن فئات، تمتلك خصائص جامعة، بينما تتحدد ملامح الحضور بطبيعة ومحتوى الحوار التواصلي الذي يطرحه حامل الهوية أثناء مكوثه في الفضاء التواصلي، وتفاعله مع الآخر[٣٣].

---

(٣٣) Latisha Asmaak Shafie, Surina Nayan, and Nazira Osman, «Constructing Identity through «Facebook» Profiles: Online Identity and Visual Impression Management of University Students in Malaysia,» paper presented at: International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science, JIBES University, Jakarta, 2012.

الفصل الثالث

خصائص الجماعات المتخيلة وديمغرافيتها بفضاء التواصل العربي

أولاً: التوطن الجغرافي لفضاء التواصل العربي

لم يعد خافياً علينا أن فضاء المعلومات لا يعدو عن كونه فضاءً متخيلاً ينشأ عن سريان الفيض الرقمي بين مسارات وتشعبات النسيج الشبكاتي الذي يربط العقد المعلوماتية مع بعضها. ويتألف جزء كبير من هذه العقد من مجموعة الحواسب المضيفة (Computer Servers) التي تمارس دور المستودعات الرقمية للمنصات البرمجية، والمحتوى الرقمي الذي يتكوّن بفعل الأنشطة الاتصالية، والتواصلية التي ينتجها أفراد المجتمع الشبكاتي أثناء حضورهم في بيئته الرقمية.

من أجل هذا باتت مسألة وفرة الحواسب المضيفة في الوطن العربي من المسائل المهمة التي تضمن بسط سلطتنا على المحتوى المعرفي الذي ننتجه، وقدرتنا على حمايته من التلف، أو الضياع، أو التعرض لعمليات القرصنة. كما أن وجود فضائنا لدى الآخر يعني هيمنته على معالم حضورنا، لأنه يمتلك مادة الفضاء الذي ينبثق منه حضورنا المعلوماتي، فيستطيع أن ينقّب في طبقاته الجيولوجية المختلفة، ويستكشف الكثير من الأمور المهمّة التي تفصح عنه أنماط سلوكنا، وممارساتنا الرقمية داخل حدود هذا الفضاء، المثقل بتفاصيل يمكن أن تبوح بالكثير من المعلومات الشخصية والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية ذات الصلة بمجتمعنا العربي للآخر.

ويظهر من الجدول الرقم (٣ ـ ١) طبيعة التوطن الجغرافي لفضاء معلومات البلدان العربية عام ٢٠١٢، والذي يظهر بجلاء أننا نقيم في فضاء رقمي بعيد من وطننا العربي، وأننا لا نمتلك من رقعته الجغرافية سوى جزءٍ يسيرٍ يكاد لا يتجاوز نسبة ٣,٣ بالمئة من مساحة حضورنا الرقمي.

الجدول الرقم (٣ ـ ١)

توزّع الحواسب المضيفة لفضاء المعلومات العربي عام ٢٠١٢

البلد	أماكن انتشار الحواسب المضيفة			المجموع
	الوطن العربي	دول أجنبية	أماكن مجهولة	
الأردن	٦٤	٣٤٠	١٣٢٢	١٧٢٦
الإمارات	١٨١	٢٣٦	٢٣٨٤	٢٨٠١
البحرين	١٩	٤٨	٤٦٤	٥٣١
تونس	٨٥	٨٢	٧٥١	٩١٨
الجزائر	٧٦	٤٠٩	٢٨٣١	٣٣١٦
السعودية	٣٢٦	٢٤٥٨	١٠٣٦٩	١٣١٥٣
السودان	٢٩	١٦٧	٧٢٦	٩٢٢
سورية	٥٩	٢٢٧	١٧١٢	١٩٩٨
العراق	٦	٤٢٢	١٣٧٤	١٨٠٢
عمان	٣١	١١٧	٥٨١	٧٢٩
فلسطين	٤٣	١٠٥	١٨٠٩	١٩٥٧
قطر	٤٢	١٠٩	٥٨٢	٧٣٣
الكويت	٧٦	٢٤٩	١٣٥٨	١٦٨٣
لبنان	٤٧	١٤٦	٧٠١	٨٩٤
ليبيا	٤١	١٣٤	٩٧٩	١١٥٤
مصر	٢٢٢	١٤٧٣	٦١٤٣	٧٨٣٨
المغرب	١٠٦	٣٤٢	١٧١٤	٢١٦٢
اليمن	٢٣	١٧٤	٤٨٢	٦٧٩
المجموع	**١٤٧٦**	**٧٢٣٨**	**٣٦٢٨٢**	**٤٤٩٩٦**

المصدر: التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات) (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

يبدو واضحاً من بيانات الجدول الرقم (٣ ـ ١) أن حصة الحواسب المضيفة العربية ضئيلة بالمقارنة مع بقية أنواع الحواسب المضيفة التي تستقر في بلدان أجنبية، وأخرى في أماكن غير محددة. فلم تتجاوز نسبة الحواسب المضيفة العربية بعموم الوطن العربي على ٣,٣ بالمئة، بينما

بلغت نسبة الحواسب المضيفة الموجودة في البلدان الأجنبية ١٦,١ بالمئة، أما الحواسب المضيفة مجهولة المكان فقد ارتفعت نسبتها إلى ٨٠,٦ بالمئة.

وتحتل العراق المرتبة الأخيرة على صعيد وفرة الحواسب المضيفة العربية، والتي لم تتجاوز ٠,٣ بالمئة، بينما تحتل المرتبة ذاتها على صعيد نسب الحواسب المضيفة في البلدان الأجنبية اليمن والتي بلغت نسبتها ٢٥,٦ بالمئة، في حين تحتل فلسطين المكانة ذاتها على صعيد نسبة الحواسب المضيفة مجهولة المكان والتي ارتفعت لديها فبلغت ٩٢,٤ بالمئة.

وتحتل تونس المرتبة الأولى على صعيد وفرة الحواسب المضيفة الموجودة بالوطن العربي والتي بلغت نسبتها إلى ٩,٣ بالمئة، بينما تُعَدُّ نسبة الحواسب المضيفة الأجنبية لدى فلسطين، الأقل نسبة والتي لم تتجاوز ٥,٤ بالمئة. وقد احتلت اليمن مرتبة متقدمة على صعيد تراجع نسبة الحواسب المضيفة مجهولة الأماكن، والتي لم تتجاوز نسبتها ٧١,٠ بالمئة.

أما إذا حاولنا توجيه اهتمامنا بفضائنا التواصلي، فسنجد أن جميع المحتوى الرقمي الذي يسجّل الحضور العربي في مواقع منصة شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتيوب، المدوّنات الرقمية، والقوائم البريدية) قد استوطن في الحواسب المضيفة لهذه المنصة والتي تقع خارج الحدود الجغرافية لوطننا العربي. وتشكل مادة المحتوى الرقمي الذي تنتجه أنشطة التواصل الاجتماعي حوالى ٥٤ بالمئة من الحجم الكلي للمحتوى الرقمي الذي ينتجه المواطن العربي[1].

وهذا يعني أن جميع المحتوى التواصلي الذي ينتجه المواطن العربي، ويودع فيه الكثير من تفاصيل حياته اليومية، ويلحق به رؤاه المستقبلية، ويعلن فيه عن مبادئه، وأفكاره، ويناقش الكثير من المسائل ذات الصلة بمنظومته العقدية قد كتب عليه أن يستودع في حواسب مضيفة تقع خارج حدوده الجغرافية التقليدية، والافتراضية.

في المقابل ما زالت المنتديات العربية، والتي لا تتجاوز نسبة المحتوى الرقمي التواصلي المودع فيها على ١٦ بالمئة مستودعه في حواسب مضيفة بعضها عربية، والبعض الآخر يقع خارج حدود وطننا العربي. بيد أننا نود توجيه عناية القارئ إلى أن النسبة التي تشكلها الحواسب المضيفة العربية لم تتجاوز حتى هذا التاريخ نسبة ١,١ بالمئة من العدد الكلي للحواسب المضيفة لمادة خطابنا العربي، وهي نسبة ضئيلة جداً، وتبعث على الكثير من القلق.

١ ـ بوابات الفضاء التواصلي ومداخله

يلج المستخدم إلى الفضاء التواصلي الرقمي عبر أنماط متعددة من البوابات التي توفرها أدوات المعلومات والاتصالات، ومن مداخل متنوعة، تتوزع بين المنزل، وقاعات الدرس، وأماكن العمل، وأماكن عامة أخرى توفر له فرصة الوصول إلى فضاء الإنترنت، ومنصات تطبيقاته بمجال التواصل

(١) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

الاجتماعي. وتؤدي البوابات دوراً مهماً في توفير المناخ المناسب لعمليات الاتصال والتواصل الرقمي، كما أن النظم البرمجية الموجودة فيها، توفر أوساطاً بينية مختلفة، لضمان جذب المستخدم نحو الدخول من نوافذها إلى فضائه الاتصالي.

وتعد الحواسب المحمولة من أكثر أدوات المعلومات استخداماً للولوج إلى فضاء المعلومات. فتبلغ نسبة وفرتها ٥٧,٦ بالمئة وتستخدم بنسبة ٦١,٢٣ بالمئة للوصول إلى فضاء الإنترنت، وتليها بالمرتبة الحواسب المكتبية بنسبة وفرة قدرها ٤١,٣ بالمئة، ونسبة وصول ٥٠,٤١ بالمئة، بينما تأتي بالمرتبة الثالثة الهواتف المحمولة التي بلغت نسبة وفرتها ٦٠,٩ بالمئة ونسبة وصول تبلغ ٤٢,٠٧ بالمئة (انظر الجدول الرقم (٣ ـ ٢)).

الجدول الرقم (٣ ـ ٢)

مستوى وفرة أدوات الاتصال والتواصل لدى المواطن العربي
ونهج استخدامها بالوصول إلى فضاء الإنترنت عام ٢٠١٤

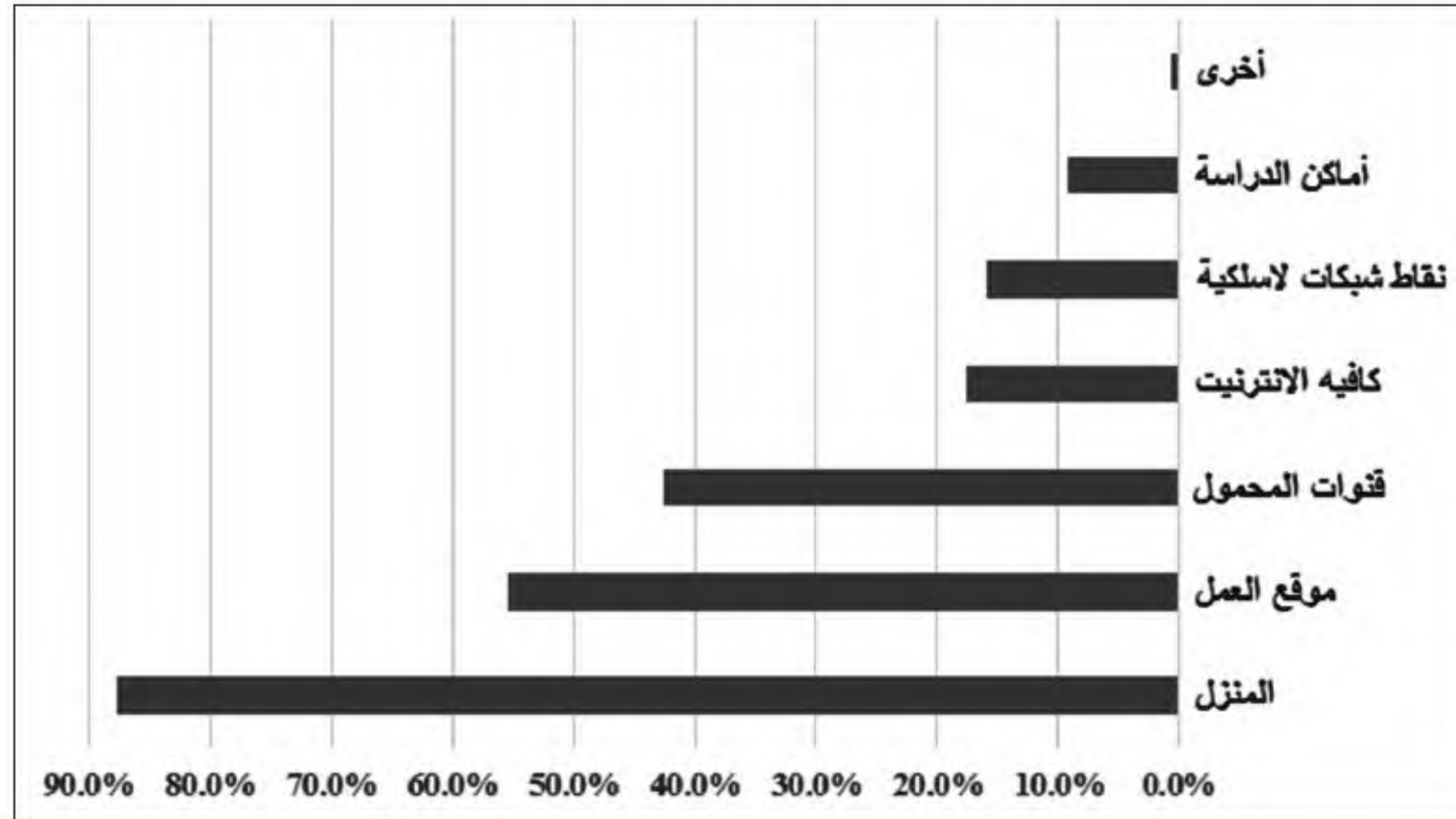
نوع الأداة	نسبة الوفرة (بالمئة)	نسبة الاستخدام بالوصول إلى الإنترنت (بالمئة)
حاسب محمول	٥٧,٦	٦١,٢٣
حاسب مكتبي	٤١,٣	٥٠,٤١
هاتف نظام Android	٤٠,٣	٤٢,٠٧
هاتف نظام IOS	٢٠,٦	
حاسب لوحي IPAD	١٦,٢	٢٣,٧١
حاسب لوحي Android	١٠	
هاتف Blackberry	٩,١	١٩,٠٦
أخرى	٢٧,٨	
لا يوجد	١,٤٨	...

المصدر: Mohammed bin Rashid School of Government [MBRSG], *The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region*, Arab Social Media Report Series, Governance and Innovation Program (Dubai: MBRSG, 2014).

ويوظف المستخدمون أدواتهم الاتصالية من أماكن مختلفة للدخول إلى فضاء المعلومات، فقد تتوافر لديهم الفرصة لاستخدامها في المسكن، أو أماكن العمل، أو الأماكن العامة. وتظهر البيانات أن المواطن العربي يؤثر الدخول إلى فضاء الإنترنت من أدوات الاتصال المتوافرة لديه أثناء وجوده في المنزل، حيث تبلغ نسبة هذا النمط من الوصول حوالى ٨٧ بالمئة، بينما تحتل مواقع العمل المرتبة الثانية وبنسبة تصل إلى ٥٥ بالمئة، ثم استخدام قنوات الهاتف المحمول بالمرتبة الثالثة، وبنسبة قدرها ٤٢ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ١)).

الشكل الرقم (٣ ـ ١)

أماكن بوابات الدخول إلى فضاء الإنترنت لدى المواطن العربي (عام ٢٠١٤)

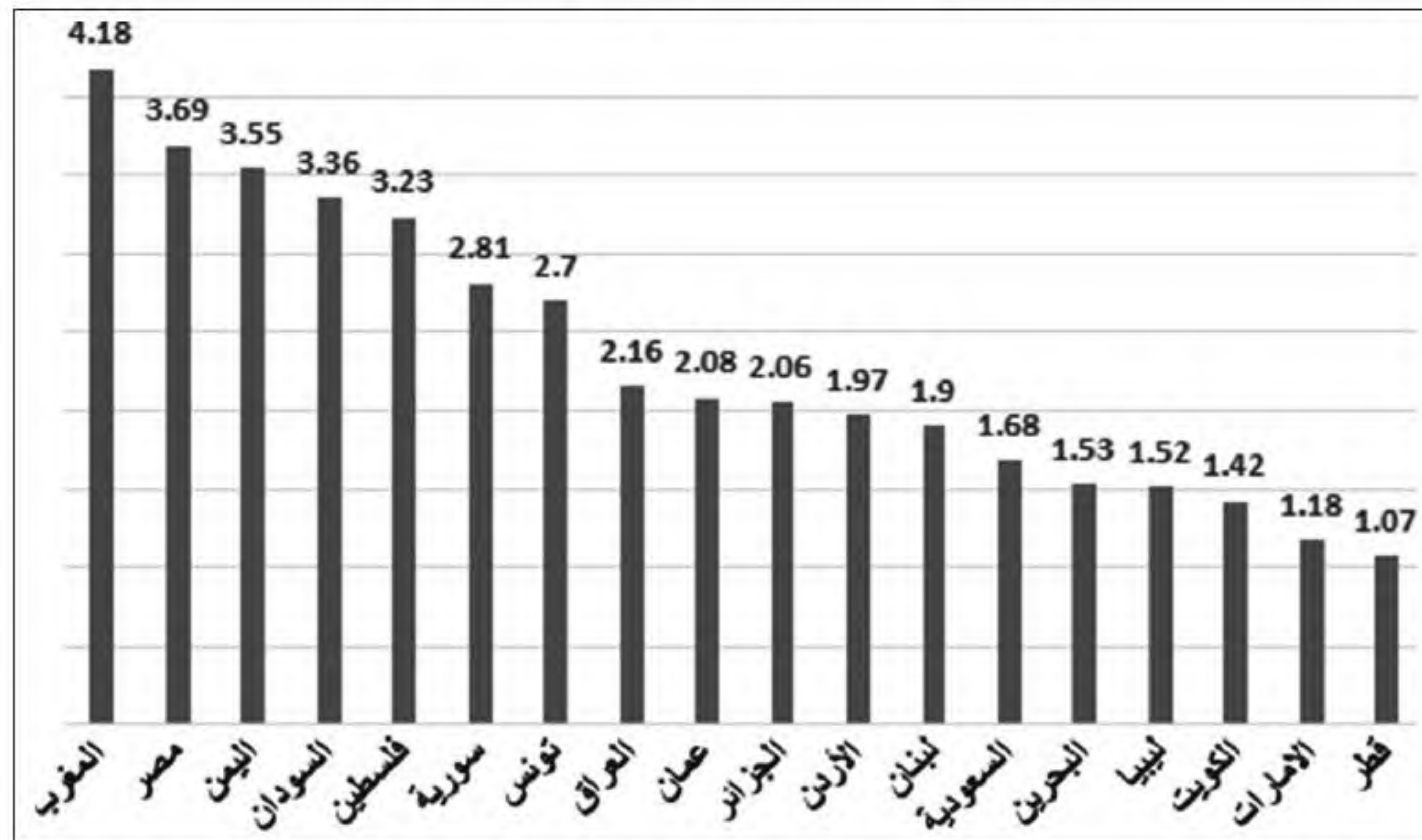


المصدر: المصدر نفسه.

وقد لا يقتصر استخدام الأداة الاتصالية الواحدة على مستخدم واحد، فيتعدد المستخدمون عندما لا يشح وجودها، الأمر الذي يؤدي إلى تحديد حرية المستخدم للوصول إلى فضاء المعلومات لوجود أكثر من شريك بالمنفذ ذاته.

الشكل الرقم (٣ ـ ٢)

عدد المستخدمين الذين يشتركون بالحاسب الواحد للدخول إلى فضاء المعلومات في البلدان العربية



المصدر: International Telecommunication Union [ITU], *Measuring the Information Society 2013* (Geneva: ITU, 2013), <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf>.

ويبدو جلياً أن منفذ الحاسب ما زال مكتظاً بأكثر من مستخدم عربي حيث يطلّون من خلال مرقابه على البيئة الرقمية العولمية؛ فقد ارتفعت النسبة إلى ١ لدى قطر التي يتبوأ مواطنوها المرتبة الأولى على صعيد هذا المؤشر، بينما ترتفع هذه النسبة تدريجياً في الدول التي تليها مرتبةً بحيث يزداد الاكتظاظ في المغرب ليتشارك أكثر من أربعة مواطنين في بوابة مرقاب الحاسب ذاته للدخول إلى فضاء المعلومات.

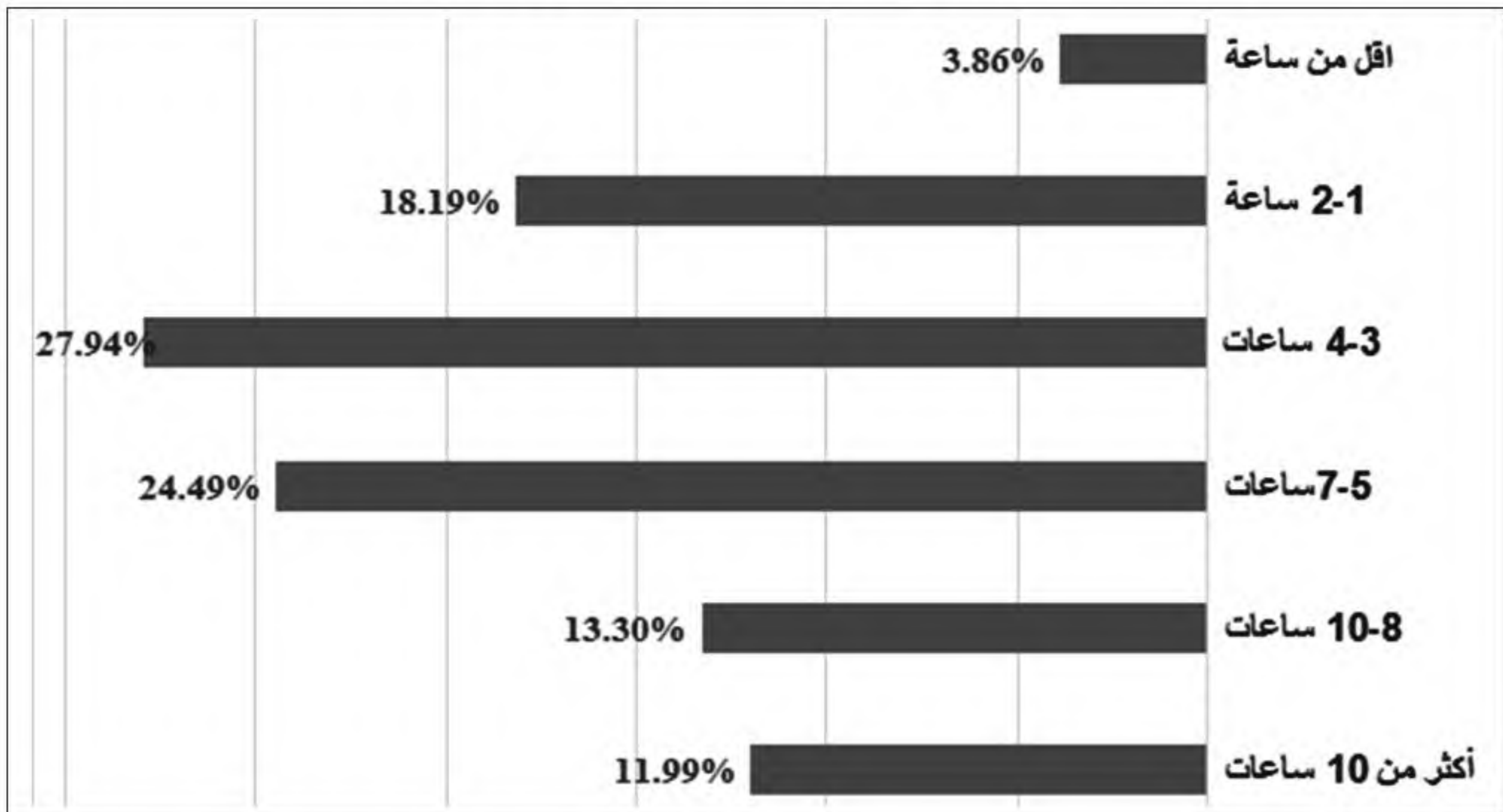
٢ ـ مدة الإقامة في الفضاء التواصلي

تختلف المدة التي يقيم فيها المستخدمون في الفضاء التواصلي؛ فقد يطيل البعض إقامتهم لعدة ساعات في اليوم الواحد، بينما لا يطل آخرون مدة بقائهم فيغادرون الفضاء المتخيل حال إنهاء المهمة التي يرومون استكمالها.

وتختلف المجتمعات فيما بينها بتوقيتات مدة الإقامة، كما تختلف الجماعات المتخيّلة فيما بينها بحسب منصة الاستخدام التي قد تتطلب من أفرادها المواظبة على البقاء لفترات طويلة، بينما لا تتطلب منصات أخرى سوى زيارات قصيرة خلال اليوم الواحد (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٣)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٣)

نسب مدد الإقامة في الفضاء التواصلي العربي لعام ٢٠١٤



المصدر: MBRSG, Ibid.

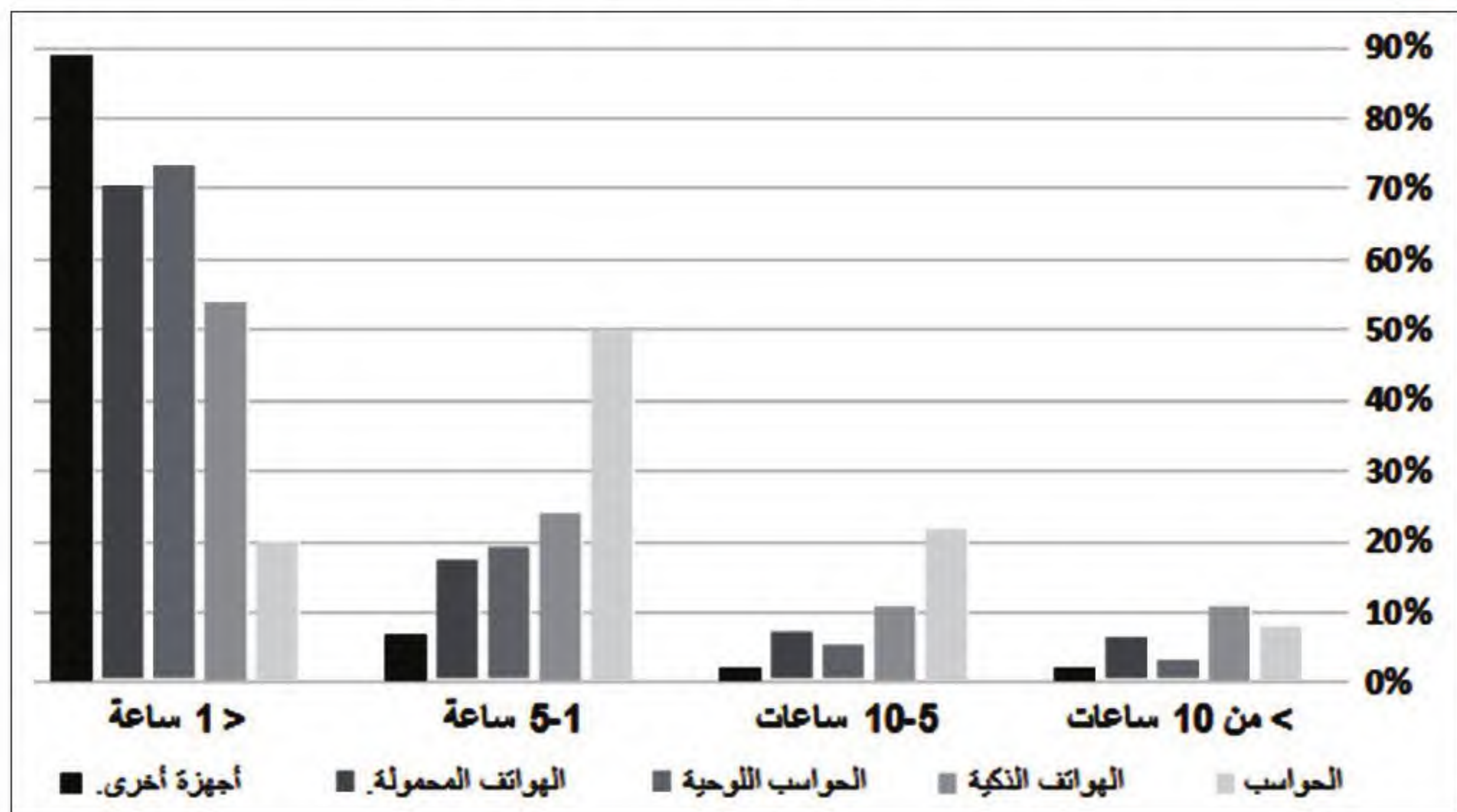
ويبدو أن حوالى ٢٨ بالمئة من المستخدمين بالوطن العربي يديمون الإقامة في فضاء المعلومات لمدة زمنية تتراوح بين ٣ ـ ٤ ساعات باليوم الواحد، بينما يقيم حوالى ٢٥ بالمئة منهم

لمدة تتراوح بين ٥ ـ ٧ ساعات يومياً. أما الذين أدمنوا الإقامة لمدة طويلة فتصل نسبتهم إلى ١٢ بالمئة من عدد المستخدمين العرب، ولمدة تزيد على ١٠ ساعات يومياً.

وتمارس عمليات الإقامة من خلال مجموعة متنوعة من أدوات الاتصال والمعلومات التي تتوفر للمواطن العربي. ويمكن متابعة نسب مدد الإقامة التي يمارسها المواطنون الرقميون بواسطة هذه الأدوات الاتصالية بمعاينة بيانات الشكل الرقم (٣ ـ ٤).

الشكل الرقم (٣ ـ ٤)

نسب توقيتات الإقامة الرقمية للمواطن العربي في فضاء التواصل الاجتماعي بواسطة مختلف أنواع أدوات الاتصال والتواصل عام ٢٠١٤



المصدر: أعد هذا الشكل من البيانات المتوافرة في: المصدر نفسه.

يرتفع استخدام الحواسب في مدد الدخول التي تتراوح بين ١ ـ ٥ ساعة، وبنسبة تبلغ ٥٠ بالمئة، في حين تتنافس الهواتف الذكية، والحواسب اللوحية، والهواتف المحمولة على نسب المكوث التي تقل مدتها عن ساعة واحدة، وبنسب مقدارها: ٥٤ بالمئة، ٧٣ بالمئة، ٧٠ بالمئة وعلى التوالي.

ثانياً: مفهوم المواطن المتواصل رقمياً

تزايدت نسبة حضورنا الرقمي داخل فضاء المعلومات على حساب حضورنا في عالمنا الواقعي، بعد أن امتلكت الأدوات الاتصالية مجموعة منتخبة من التطبيقات التي بسطت سلطتها الاتصالية على الكثير من عناصر حياتنا اليومية، فلم يعد الحاسب آلة تمارس سلسلة من عمليات الحوسبة

السريعة، بعد أن أضحى متصلاً بفضاء رقمي مفتوح، ثري بشبكة اتصالية تدير ملفات حياتنا المهنية، واليومية، بصورة آنية. وتحول الهاتف من أداة اتصال تقبع في إحدى زوايا المنزل إلى أداة محمولة ترافقنا في ترحالنا واستقرارنا، متواصلة مع شبكة الاتصال الهاتفي، ومتلاحمة مع نسيج شبكة الإنترنت، وتطبيقاتها المتعددة.

وانفتح الحاسب المكتبي، والمحمول، واللوحي، على التوازي مع الهواتف الذكية على فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، بعد أن وفرت لنا تقنيات الاتصال الحديثة فرصة ترابط هذه الأدوات مجتمعة، مع بعضها، عبر فضاء الإنترنت الافتراضي، ومواقعه التي باتت لا تميز فيما بينها على صعيد توفير أجواء تواصلية، وتفاعلية حميمة.

لقد حدثت النقلة الجديدة للإنسان المعاصر، فتحوّل من مواطن يقيم على رقعة جغرافية معينة، ويتقاسم ثقافة وعادات وتقاليد توارثها عن الآباء والأجداد، باتجاه كينونة رقمية ـ متخيّلة لا تنصاع بسهولة إلى محددات الزمان والمكان، بعد أن وفر له فضاء الإنترنت فرصة الإبحار حيثما يشاء.

ثم بدأت ثورة تلاحم أدوات الاتصال والتواصل مع الأدوات المحوسبة لتنتج مناخاً من نمط جديد، امتزجت فيه الحوسبة وقدراتها الغاشمة، مع بيئة تواصلية، ثرية بالمؤثرات المرئية والصوتية، فحدث التحول الجديد نحو إحداث بيئة اجتماعية متخيّلة، بدأت تتدافع مع بيئتنا الاجتماعية، فاصطنعت مجاميع، وجماعات افتراضية، بدأت تتقاسم ثقافة وعادات اصطنعتها تلك المجاميع والجماعات التي اتخذت من الفضاء الرقمي موطناً تقيم فيه، متعالية على مستوى حضورها الاجتماعي التقليدي.

من أجل هذا بات لزاماً علينا معالجة المفهوم الذي يبرّر هذا التحول الجديد، ويسعى في الوقت ذاته إلى تحديد الملامح الأساسية لهوية المواطن المتواصل رقمياً، والتي التصقت سماتها بذاتنا دون أن نشعر بعد أن ازدادت ذواتنا استغراقاً في البيئة التواصلية المعاصرة.

١ ـ المواطنة في مجتمع المعلومات

انصبّ اهتمام الباحثين على موضوع المواطنة الرقمية بعد أن أصبحت حقيقة واقعة في ظل ولادة مجتمع المعلومات، وامتداد نسيجه الشبكاتي على مساحة واسعة من النشاط الإنساني.

وقد اقترُحت اصطلاحات شتى، حاول من خلالها الباحثون تشكيل الإطار العام لمفهوم المواطنة الرقمية، في ظل التأثيرات السريعة والمتلاحقة لحضور الخطاطة المعلوماتية على هيكلة المجتمع، وطبيعة التحولات التي باتت بصماتها واضحة على ممارسات أفراده ومؤسساته.

كانت البداية على يد دونالد تابسكوت الذي أطلق اصطلاح جيل الشبكات في بداية التسعينيات من القرن الماضي سعياً منه إلى تمييز طبقة المستخدمين الرقميين الشباب من غيرهم؛ حيث وضع بعداً زمنياً بلغ عقدين من الزمان يمتدان بين العامين ١٩٧٧ و١٩٩٧ في سعيه إلى تحديد البعد

الزمني لولادة هذه الفئة(٢). وقد حدد أهم السمات التي تميِّز أفراد هذا الجيل من غيرهم بأنهم حاضرون في قلب الثقافة الرقمية ووسائطها الحديثة، ويتمتعون بذكاء بيِّن، وأن لديهم القدرة على التكيف مع التغيرات المتسارعة التي تفرضها البيئة الرقمية، ويعتمدون على مهاراتهم وخبراتهم الشخصية في حل الإشكاليات التقنية التي تصاحب التعامل مع البيئة الجديدة، وقد اضطرتهم الحاجة إلى التفرّغ بالتعامل مع فضاء المعلومات إلى العزلة عن محيطهم، والانفتاح على الفضاء العولمي الذي امتص آثار هذه العزلة.

وقد ألحقت بهم خصال إضافية، عكف الباحثون على انتخابها من الآثار المنعكسة على ذواتهم، نتيجة لإدمانهم الحضور في البيئة الرقمية، فأثبتوا امتلاكهم مهارات متنوعة تدعم استخدامهم لأدوات المعلومات والاتصالات، وممارسة أنشطة الإبحار في فضاء الإنترنت بصورة سلسة.

وابتكر الباحث مارك برينسكي عام ٢٠٠١، صبغة **المواطنة الرقمية** التي أضحت الصفة الأكثر استخداماً وشيوعاً في وقتنا الراهن لوصف الجيل الجديد(٣).

والمواطنون الرقميون لديه هم طليعة جيل الشباب الذين عاصروا الثورة التقنية التي جاءت بها أدوات المعلومات والاتصالات، وأبصرت أعينهم النور، وهم محاطون بمختلف أنواع الأدوات والخدمات الرقمية، فتشبَّعت بحضورها نفوسهم، وأمسوا يحسنون استخدام مفردات اللغة الرقمية في الخطاب الذي فرضت حضوره تقنيات الحواسب، والشبكات الرقمية، وألعاب الفيديو، والإنترنت(٤).

لم يعمد برينسكي إلى تحديد حقبة زمنية لظهور جيل الشباب الذي تنطبق عليهم حدود اصطلاحه الجديد كما فعل تابسكوت ولكنه وضع عتبة للانتقال إلى هذه الفئة من خلال ممارسة الهجرة نحو التخوم الرقمية الجديدة، بحيث برزت في بيئته الجديدة مجموعة من الأفراد الذين عدَّهم مهاجرين رقميين (Digital Immigrants). والمهاجر الرقمي هو من يتمتع ببعض سمات الإلمام الرقمي (Digital Literacy) وكانت ولادتهم قبل عام ١٩٨٠(٥).

وولد في السنة ذاتها اصطلاح «الألفيين» بعد أن اختمر مفهومه، وتعمّقت دلالته من خلال المضامين المطروحة في الكتاب الذي نشره الباحثان هوي وشتراوس عام ٢٠٠١(٦). ويشمل أفراد الجيل الألفي مجموعة من الشباب الذين ولجوا المؤسسات الجامعية الأمريكية في مستهل عام

(٢) Don Tapscott, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* (New York: McGraw-Hill, 1998).

(٣) Marc Prensky, «Digital Natives, Digital Immigrants, Part I,» *On the Horizon*, vol. 9, no. 5 (October 2001), <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.

(٤) Marc Prensky, «Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?,» *On the Horizon*, vol. 9, no. 6 (December 2001), <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>.

(٥) المصدر نفسه.

(٦) Neil Howe and William Strauss, *Millennials Rising: The Next Great Generation* (New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2009).

٢٠٠٠، وتميزوا بكونهم ممن وظفوا التقنيات المتقدمة بكثافة في حياتهم اليومية، وترسّخ لديهم اعتقاد وطيد أن لأدوات المعلومات والاتصالات دوراً جوهرياً في إدارة دقّة الكثير من تفاصيل الأنشطة الاجتماعية، والاقتصاد والسياسة التي تحفل بها حياتنا المعاصرة.

كان لهذين الاصطلاحين دورٌ أساسيٌّ في إذكاء نزعة توليدية لاصطلاحات مقاربة بدأ باقتراحها أو عكفوا على تحديد تفاصيلها المفاهيمية، مجموعة من الباحثين الذين أسهموا في توطيد أسس الخطاطة المعرفية المعاصرة. فظهرت اصطلاحات جديدة لوصف الجيل الذي ينهض بمهمة التعامل الرشيد مع أدوات المعلومات والاتصالات الحديثة، فأطلقت عليهم مسميات شتى مثل: الجيل المقبل (Next Generation)، وجيل غوغل (Google Generation)، وجيل واي (Generation Y)، والجيل سي (Generation C)، والجيل التقني (Technological Generation).

ويتبين من تحليل مادة هذه المصطلحات، ومرتكزاتها المعرفية، أن جلّ مبتكريها قد صوَّبوا عنايتهم ومعالجتهم لوصف جيل من الشباب الذي يقيم بالولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا الغربية، ودول أخرى تتمتع باقتصادات متينة، ممن توافرت لهم فرصة الاستخدام المكثّف لأدوات المعلومات والاتصالات، وفي ظل وفرة اقتصادية أسهمت في توسيع دائرة حضورهم الرقمي ضمن جيل الشباب في هذه البلدان. في المقابل لم يولِ هؤلاء الباحثون اهتماماً كافياً بالشريحة المناظرة من الأجيال التي تعاصرهم في البلدان النامية، ممن لم تتوافر لديهم فرصة سانحة للظفر بإحدى هذه الأدوات ليبرهن على قدرته، واستحقاقه بجدارة في الانتماء إلى أفراد هذه النخبة، كما أن بيئتهم المحلية لم تشهد انتشاراً مماثلاً للبنية التحتية الداعمة لأدوات المعلومات والاتصالات، وتسخير خدماتها الفريدة لشريحة واسعة من أفراد هذه المجتمعات النامية.

٢ ـ الجيل العربي الرقمي

ذهبت مجموعة من الباحثين العرب إلى إطلاق مصطلح الجيل العربي الرقمي (Arab Digital Generation) (ADG) على مجموعة من الشباب العربي الذي يُقبل بكثافة على استخدام أدوات المعلومات والاتصالات، مع امتلاكهم مهارات وخبرات تدعم حضورهم في فضاء المعلومات[٧].

وقد وضعوا مجموعة من المعايير التي تميز هذا الجيل الرقمي ـ الفتي بناءً على سلسلة من عمليات تحليل البيانات الميدانية التي عكفوا على جمعها واستقصائها من مجموعة بلدان عربية منتخبة. وعليه يمكن أن نطلق اصطلاح الجيل العربي الرقمي على مجموعة من الشباب العربي الذين ينصبغ حضورهم الرقمي بالسمات الآتية:

- تتراوح أعمارهم بين ١٥ ـ ٣٥ عاماً.

---

(٧) Karim Sabbagh [et al.], «Understanding the Arab Digital Generation,» (Ideation Insight Center, Booz and Co., UAE, 2012), <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Understanding-the-Arab-Digital-Generation.pdf>.

• يتميزون بنشاطهم الرقمي وحضورهم المميز في فضاء المعلومات.

• يمتلكون حاسباً محمولاً، أو هاتف محمول ذكياً، أو حاسباً لوحياً.

• يحرصون على الوصول إلى فضاء الإنترنت وتطبيقاته بصورة يومية.

• لديهم أكثر من حساب في منصات التطبيقات المنتشرة في فضاء المعلومات.

• يمتلكون حساباً أو أكثر في تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي.

• قد بلغوا منزلة متينة على صعيد استخدام أدوات المعلومات والاتصالات، ويحسنون التخاطب مع الآخر والتفاعل معه.

• يلتزمون التعاليم والثوابت الدينية، ولديهم وعي سياسي راسخ، من دون أن يميلوا إلى ممارسة لعبة السياسة.

• اكتسبوا نضجاً سياسياً، وتحددت ملامح شخصياتهم نتيجة معايشتهم الأحداث المهمة التي عصفت بالوطن العربي بدءاً بحرب الخليج، واحتلال العراق، وتوافرت لديهم فرصة للمشاركة بالفعل الرقمي الناشط أثناء ثورات الربيع بصورة مباشرة، أو غير مباشرة.

لقد حاولنا جمع نتائج الدراسة الميدانية التي حاول الباحثون، من خلالها، الكشف عن هوية أفراد هذا الجيل الرقمي، وتحديد ملامح ممارساتهم، فأودعناها في الجدول الرقم (٣ ـ ٣) لكي تتضح أمامنا معالم شخصيتهم قبالة بقية المقيمين في فضاء المعلومات.

وقد سعت الدراسة إلى قراءة ديمغرافية أفراد هذا الجيل الرقمي بوطننا العربي، فتبين أن عددهم بلغ ١٠ ملايين شاب، وقاربت نسبتهم ٤ بالمئة من مجموع الناشطين الشباب على الصعيد العولمي(٨).

ويتوقع لهذه الشريحة الضيقة أن تتوسع شيئاً، فشيئاً ليصل عددها إلى أكثر من ١٣ مليون شاب، وبنسبة نمو قد تقارب ١١ بالمئة سنوياً.

وتبدي مقارنة نسبة الجيل العربي الرقمي مع بقية الأجيال التي تتوطن بقية الرقع الجغرافية في فضائنا الرقمي العولمي، فقبالة نسبتها المتوقعة عام ٢٠١٤ والتي ستقارب ١٣ بالمئة فإن نسبة هذه الشريحة بآسيا ستصل إلى ٢٧ بالمئة، بينما سترتفع في أمريكا الشمالية لتصل إلى ٤٧ بالمئة، بينما ستتوسع هذه الشريحة في أوروبا لتصل إلى ٨١ بالمئة، أما بلدان جنوب شرق آسيا فستتفوق على الجميع لتزيد نسبة هذه الشريحة الرقمية الناشطة إلى أكثر من ٩٤ بالمئة.

---

(٨) المصدر نفسه.

الجدول الرقم (٣ ـ ٣)

الخصائص والتوجهات الذاتية لأفراد الجيل العربي الرقمي

المحور	الخصائص والتوجهات
التحصيل الدراسي والعلمي	• ٥٤ بالمئة منهم لديهم تحصيل جامعي أو علمي رصين.
الإقبال على شبكة الإنترنت ومنصات تطبيقاتها الرقمية	• ٨٣ بالمئة منهم يدخلون إلى الإنترنت بصورة يومية. • ٤٠ بالمئة منهم يقضون أكثر من ٥ ساعات يومياً في فضاء الإنترنت. • ٦١ بالمئة منهم يقضون أكثر من ساعتين في شبكات التواصل الاجتماعي يومياً. • ٧٨ بالمئة منهم يفضلون الإنترنت على التلفاز.
أماكن الدخول للإنترنت	• ٦٤ بالمئة منهم يلجون فضاء الإنترنت من المنازل. • ١٦ بالمئة منهم يلجون فضاء الإنترنت من المدارس والمؤسسات الأكاديمية.
سلوكهم الشخصي	• ٦٣ بالمئة منهم يودون ممارسة نشاطاتهم بحرية شريطة أن لا يتسببوا بإيذاء الآخر. • ٣٧ بالمئة منهم يعتقدون أنهم يمارسون أنشطتهم بقناعة ولا يخشون عواقب أفعالهم. • ٤١ بالمئة منهم يستخدمون اللغتين العربية والإنكليزية للبحث في مواقع الويب. • ٢١ بالمئة منهم يستخدمون اللغتين العربية والإنكليزية للدردشة والتواصل.

المصدر: Karim Sabbagh [et al.], «Understanding the Arab Digital Generation,» (Ideation Insight Center, Booz and Co., UAE, 2012), <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Understanding-the-Arab-Digital-Generation.pdf>.

٣ ـ كينونة المواطن الرقمي ـ العربي

إن عملية الارتحال نحو الرقعة التي يستوطنها المواطنون الرقميون ليست بالعملية السهلة، كما أن التحول الكلي نحو المواطنة الجديدة سيستغرق أمداً ليس بالقصير. فالمواطنة الحقة لا تتحقق ما لم تستكمل الشروط التي ترسِّخ انتماء الفرد، والتصاقه بالمجتمع الذي يلمّ شمل مواطنيه.

لذا فإن بلوغ توصيف دقيق للمواطن الرقمي، والذي يشكّل طموحاً معرفياً مستمراً، سيتطلب منا وقتاً لحصر خارطة ممارساته وسلوكه، التي يتميز بها من المواطن العادي، مع تحديد معايير دقيقة وصارمة لانتقاء أكثرها التصاقاً بهذه السمة، ولتجميع ما يمكن من المعطيات الوصفية التي يمكن أن تسعفنا في عمليات التحليل والمقارنة، وهو ما لم تتوافر قاعدته الكلية بعد بسبب التطورات المتلاحقة التي تسود البيئة الرقمية، والتحولات المستمرة في البنية المجتمعاتية، والخطاطة المعرفية لمجتمع المعلومات والمعرفة المعاصر.

وإذا راجعنا التحوّلات التقنية التي جاءت بها تقنية Web 2.0 فسنجد أنها أحدثت طفرة مفاهيمية على صعيد الحضور الرقمي للمستخدم؛ فبعد أن حدد النظام القديم حضوره بممارسات المطالعة، والتنقل بين مواقع الويب، بوصفه مشاهداً لا تتوافر لديه صلاحية التعديل، أو التحرير الآني لمادة المحتوى، أصبحنا بفضل النظام الجديد متفاعلين مع المحتوى الرقمي، بعد أن أصبحنا قادرين

على إعادة مراجعة المحتوى، وممارسة عمليات التعديل، والإضافة، أو الإلغاء. لقد تحوّل حضورنا في فضاء المعلومات إلى نمط جديد، فأصبحنا شركاء في اصطناع المحتوى الذي نطالعه، وتبدّل نهج مشاركتنا إلى تفاعل إيجابي، بعد أن كان سلبياً في بداياته.

لذا لم تعُدْ سمة المواطنة الرقمية مرتبطة بمهاراتٍ وممارسات معلوماتية، وإتقانٍ للغة التخاطب مع النظم والتطبيقات البرمجية. لقد أصبحت القدرات التواصلية المعيار الأكثر التصاقاً بجوهر المجتمع الرقمي، بعد أن تغلغلت تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي في تفاصيل حياتنا اليومية، والمهنية على حد سواء.

من أجل هذا فإننا نميل إلى القول إنَّ أفضل تعريف للمواطن الذي يقيم في مجتمع المعلومات المعاصر، هو الذي سيؤكد أهمية الفاعلية التواصلية، لأن عمق حضورنا الأنطولوجي أضحى مرتبطاً بقدرتنا على التواصل والتفاعل مع الكيانات الرقمية، سواء كانت مواقع ويب، أو عقدة اتصال في النسيج الشبكاتي، أو كينونة ذكية، بشرية كانت، أو مصطنعة.

فلم يعد وجود العقدة الرقمية في النسيج الشبكاتي كافياً لضمان التحاقها بالفضاء الرقمي الجديد، لأن غياب آثار تفاعلها مع محيط المعلومات الشبكاتي، سيقصيها عن البنية الأنطولوجية لمجتمع العقد الرقمية، وستنكمش شيئاً فشيئاً، وتندثر نتيجة انحراف الفيض الرقمي عنها بسبب غياب الفعل التواصلي الذي بات مؤشراً جوهرياً على إثبات حيواتها الرقمية.

ثالثاً: التوزُّع الديمغرافي الرقمي ـ العربي

إن تبني قيد التواصل والتفاعل بوصفه قيداً إضافياً لتحديد ماهية المواطن الرقمي في مجتمعاتنا الشبكاتية المعاصرة، سيفرض علينا التدرج في مناقشة ديمغرافية المواطنين العرب (المتواصلين رقمياً) بدءاً بمظاهر الحضور الرقمي الذي لا يتجاوز حدود المطالعة والابحار بين مواقع الويب، صعوداً باتجاه مرتبة التواصل والتفاعل الرقمي، حيث يكتسب الحضور بعداً أنطولوجياً نشأ عن اصطناع خطاب نتواصل به مع بقية الكيانات التي تشاركنا المحيط ذاته. أما المرحلة الأخيرة فستوجّه أنظارنا نحو نمط من المواطنة الملتزمة بتكرار وإدامة التواصل والتفاعل مع عناصر البيئة الرقمية بحيث يستحق أصحابها الالتحاق بقائمة المواطنين النشطين على المستوى التواصلي.

١ ـ التوزيع الديمغرافي للمواطنين الرقميين العرب

بدايةً يمكننا القول إن الدخول المتكرر (لأي مواطن داخل حدود الوطن العربي أو خارجه) إلى فضاء المعلومات الذي توفره بيئة الإنترنت، يشكل الخطوة الأولى نحو الالتحاق بالإطار العام للمواطنة الرقمية. ويسهم توالي دخوله وتجواله في مواقع هذا الفضاء، والتواصل مع كياناته الرقمية، والتفاعل مع آثار حضورها، في ترسيخ مواطنته، وتوطيد شبكة علاقاته وتلاحمها مع كيانه الاجتماعي.

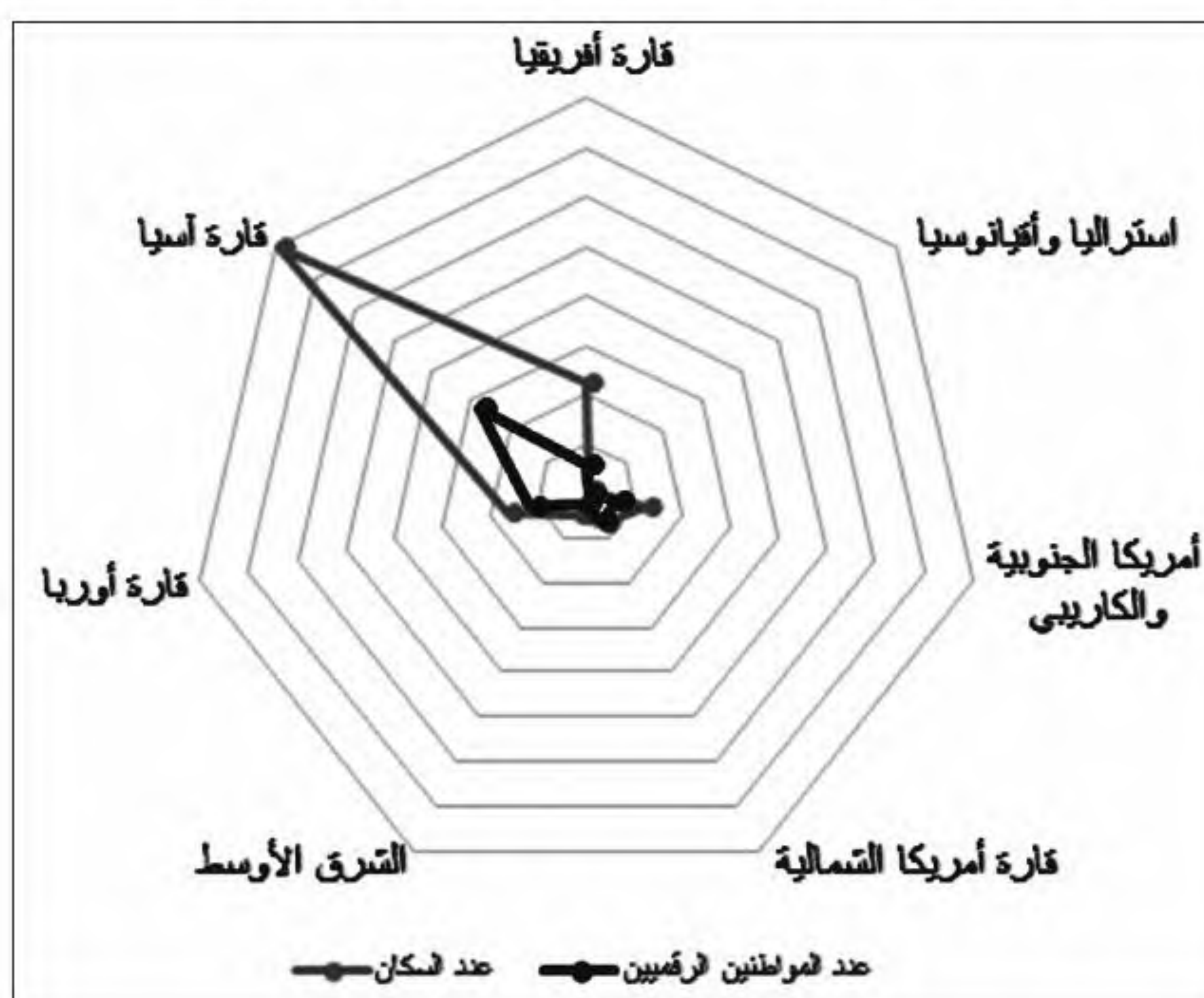
من أجل هذا فإن الدائرة الكبرى للانتماء الرقمي سوف تتألف من العدد الكلي لمستخدمي الإنترنت الذين عنيت بهم الإحصاءات (التي تُعنى بحصر عدد مستخدمي الإنترنت) وبصرف النظر عن طبيعة الاستخدام، ما دام يتصف بتكرار الحدوث، ووفق ممارسات تتوافق مع متطلبات الحضور في فضاء المعلومات.

بلغ عدد المواطنين الرقميين العولمي حوالى ٣ مليارات مواطن خلال عام ٢٠١٤، حيث قاربت نسبتهم من العدد الكلي لسكان كرتنا الأرضية ٤٢,٣ بالمئة الذين تجاوز عددهم ٧ مليارات نسمة بقليل.

أما عددهم في وطننا العربي فقد قارب ١١٢ مليون مواطن رقمي، يشكلون ٤٨,٣ بالمئة من عدد السكان الذي بلغ ٢٣١ مليون نسمة. ورغم تفوق نسبة المواطنين الرقميين العرب على قيمة المتوسط العولمي، إلا أنها ما زالت متراجعة مع بقية الرقع الجغرافية العولمية، باستثناء القارة السوداء التي قد تراجعت عنها فبلغت نسبتهم ٢٦,٥ بالمئة، وقارة آسيا التي بلغت نسبتهم ٣٤,٧ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٥)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٥)

الديمغرافية العولمية للمواطنين الرقميين عام ٢٠١٤



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في: Internet World Statistics (2014), <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

بداية يمكن ملاحظة توزُّع المواطنين الرقميين بالمناطق المختلفة من الوطن العربي في الجدول الرقم (٣ ـ ٤)، حيث يبدو جلياً أن بلدان الهلال الخصيب تقع بالمرتبة الأولى، بينما تأتي بلدان شمال أفريقيا بالمرتبة الثانية، ثم بلدان الخليج العربي، بالمرتبة الثالثة.

الجدول الرقم (٣ ـ ٤)

عدد المواطنين الرقميين بحسب المناطق الجغرافية في الوطن العربي خلال العامين ٢٠١٠ ـ ٢٠١١

المنطقة	عدد المواطنين الرقميين		نسبة النمو بالمئة
	٢٠١٠	٢٠١١	
بلدان الهلال الخصيب	٢٩,٨٢٨,٨٤٩	٣٧,٤٩٤,٣١٠	٢٥,٧٠
بلدان الخليج العربي	١٨,٩١٩,٠٣٤	٢٢,٧٤٥,٧٣٨	٢٠,٢٣
بلدان شمال أفريقيا	١٨,٣١٠,٠٠٠	٢٥,٢٨٤,٨٨٩	٣٨,٠٩
السودان واليمن	٧,٣١٩,٤٠٢	١٠,٢٨٧,٠٧٥	٤٠,٥٥

المصدر: ITU, *Measuring the Information Society 2013.*

في المقابل يظهر تفصيل بيانات البلدان العربية، وجود تباين ملحوظ في أعداد المواطنين الرقميين، ونسبتهم من العدد الكلي للسكان. فتتبوأ مصر المرتبة الأولى بعد أن بلغ عدد المواطنين الرقميين فيها حوالى ٤٦ مليون مواطن، وتأتي بالمرتبة الثانية المغرب التي بلغ عدد مواطنيها الرقميين حوالى ٢٠ مليون مواطن، ثم السعودية بالمرتبة الثالثة بعد أن بلغ عددهم أكثر من ١٨ مليون مواطن بقليل (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٦)).

بيد أن هذه المراتب قد لا تتفق مع مستويات انتماء السكان المحليين للمواطنة الرقمية، ذلك لأن زيادة العدد قد يرتبط في بعض الأحيان بحجم السكان الذي يتباين بين بلدان شمال أفريقيا والمغرب العربي، مع بلدان الخليج. لذا ليس بمستغرب أن نلاحظ أن أكثر البلدان العربية اكتظاظاً بالمواطنين الرقميين هي بلدان خليجية تتقاسم مراتبها المتقدمة. فتتبوأ البحرين المرتبة الأولى بنسبة انتماء تبلغ ٩٨,٧ بالمئة من عدد سكانها، وتأتي بعدها الإمارات بالمرتبة الثانية وبنسبة انتماء قدرها ٩٥,٧ بالمئة، وتتراجع عنها بقليل قطر محتلة المرتبة الثالثة وبنسبة انتماء قدرها ٩٥,٠ بالمئة.

ويعد العراق الأكثر تراجعاً على صعيد وفرة المواطنين الرقميين الذين لم تتجاوز نسبتهم ٩,٢ بالمئة، ثم الجزائر التي بلغت نسبتهم فيها ١٧,٢ بالمئة.

بصورة عامة يمكننا القول إن بلدان الخليج العربي تتفوق في نسبة انتماء مواطنيها الرقميين على كثير من البلدان النامية، بينما تأتي بعدها بلدان عربية أخرى مثل: الأردن، وفلسطين، ولبنان، والمغرب التي تقارب بنسبها الكثير من الدول الغربية.

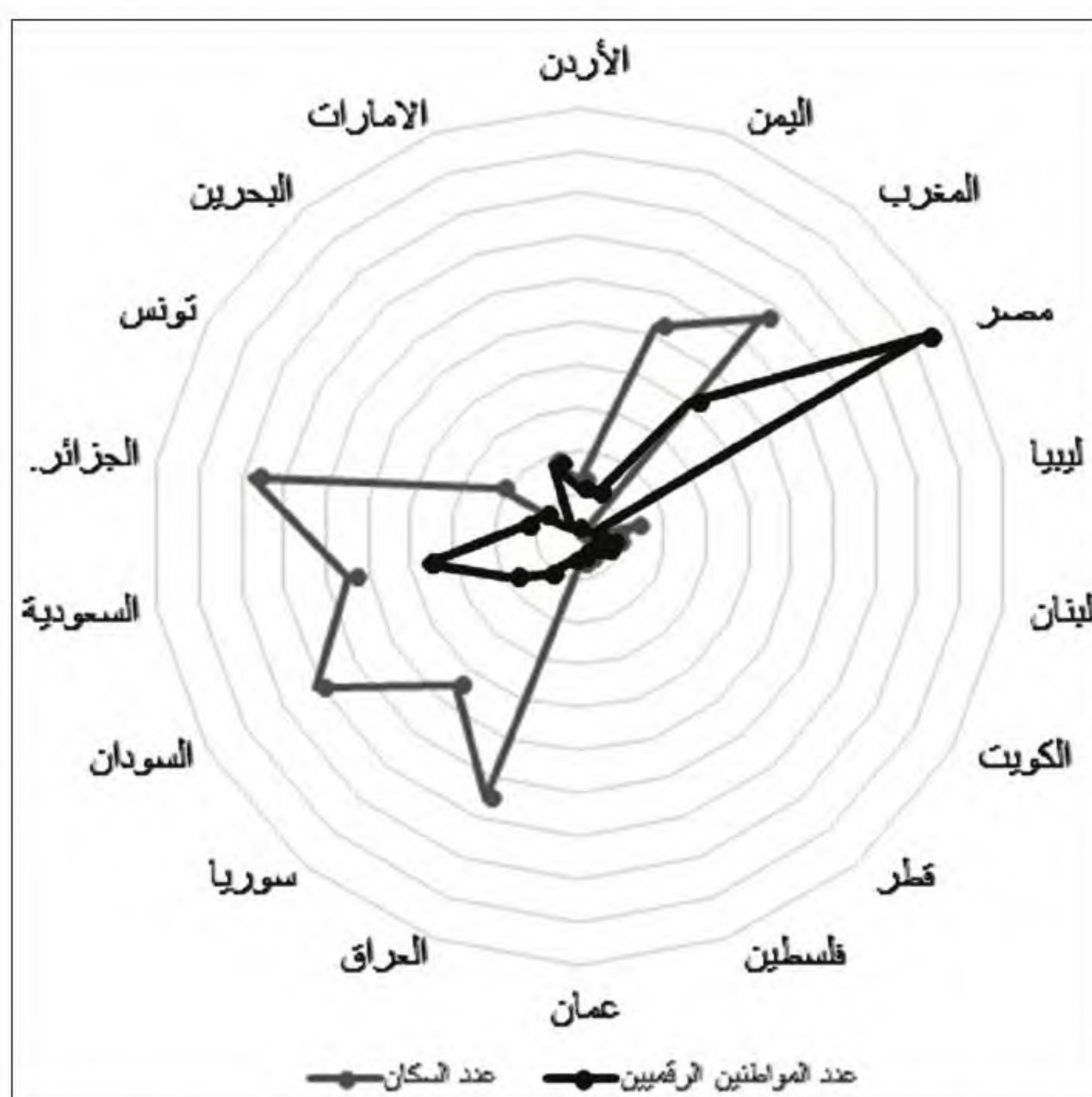
ونتوقع أن يبرز عدد كبير من المواطنين الرقميين في البلدان العربية في المستقبل القريب لأسباب عدة؛ أهمها: زيادة نسبة الشباب على حساب بقية الفئات العمرية في عموم بلدان وطننا العربي؛ ووجود فرص سانحة للشباب في الدخول إلى مواقع الإنترنت؛ واستخدام أدوات

المعلومات والاتصالات نتيجة لوفرتها في أماكن لا يرتادها أفراد الفئات الأخرى (مثل المدارس، ومقاهي الإنترنت)؛ إضافة إلى قدرتهم على تعلّم مهارات الاستخدام وإتقانها أسرع من بقية الفئات، وعدم انشغالهم بمتاعب كسب الرزق وإدارة متطلبات الحياة اليومية.

لكن تبقى المسألة الأهم، وهي: لمَ يستخدم الشباب العرب أدوات المعلومات والاتصالات؟ وما هي طبيعة الأنشطة التي يتركز جهد استخدامهم الرقمي لأدواتها؟

الشكل الرقم (٣ ـ ٦)

ديمغرافية المواطنين الرقميين في مختلف البلدان العربية عام ٢٠١٤



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في: Internet World Statistics (2014), <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

٢ ـ التوزيع الديمغرافي في شبكات التواصل الاجتماعي

يستقر المواطنون المتواصلون في الدائرة الوسيطة التي تأتي بعد الدائرة الكبرى، بعد أن يستبعد من الدائرة الأولى، المواطنين الذين لا يمارسون أنشطة التواصل والتفاعل بكثرة، الأمر الذي يؤدي إلى إقصائهم عن فضاء الدائرة الوسيطة التي انصبغت بصبغة التواصل والتفاعل المتكرر.

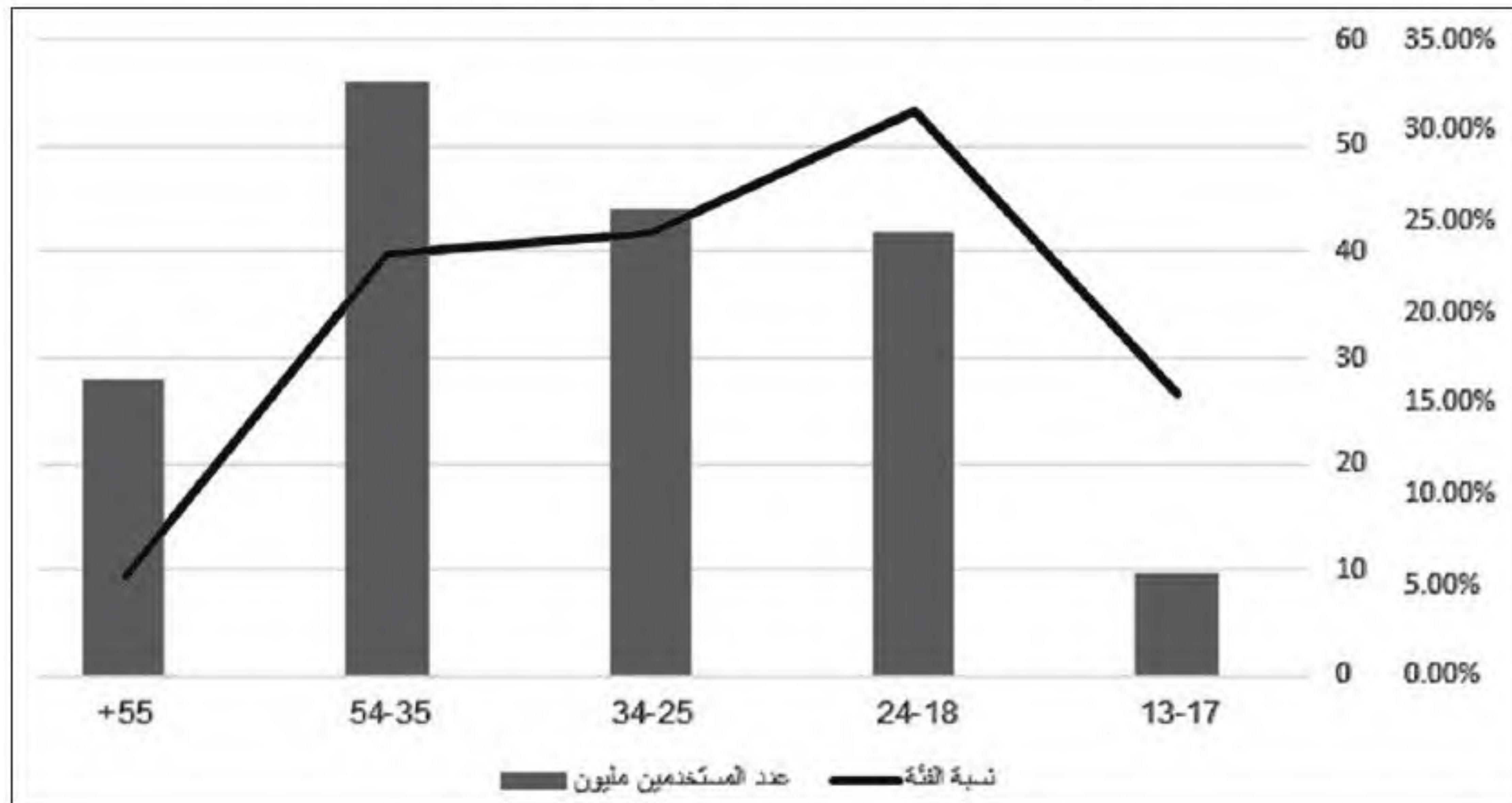
بصورة عامة لا يمكن استقصاء العدد الكلي للمواطنين المتواصلين رقمياً بسبب إمكانية تكرار حضور المواطن الرقمي ذاته، وهو أمر شائع جداً، في أكثر من تطبيق من تطبيقات منصة شبكات

التواصل الاجتماعي. لذا سعينا إلى جمع واستقصاء أعداد المتواصلين العرب في تطبيقات محددة لبيان المشهد المرافق لكل مستوى من مستويات التوزيع الديمغرافي لهذه التطبيقات.

وسنبدأ بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً في وطننا العربي، وهو موقع «فايسبوك» (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٧)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٧)

التوزُّع الديمغرافي للمتواصلين العرب في موقع فايسبوك عام ٢٠١٤



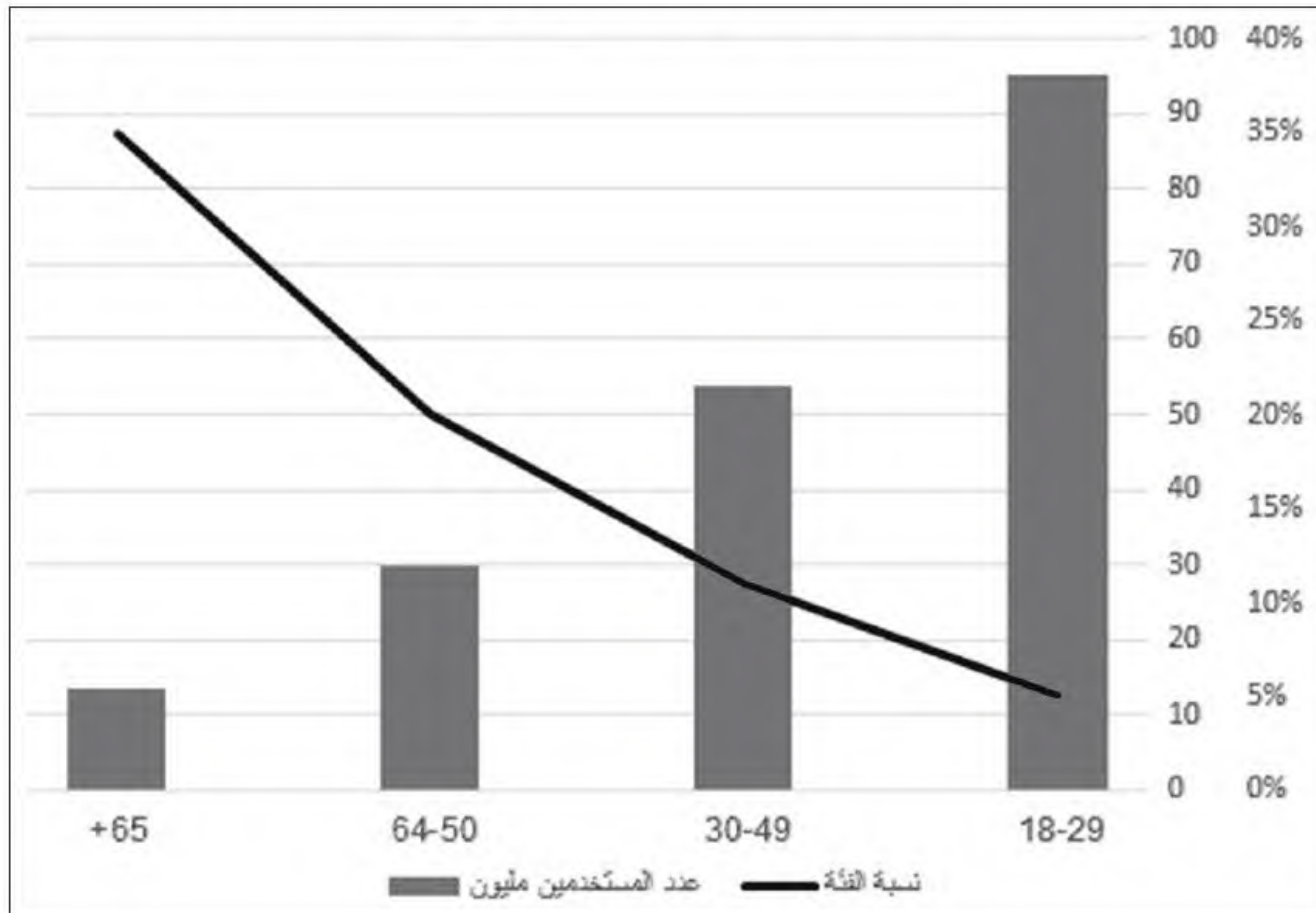
ويبدو واضحاً أن التوزيع الديمغرافي في محيط هذه الشبكة الاجتماعي يتوزع بنسب متفاوتة بحسب الفئات العمرية للمواطنين الرقميين الذين يديمون الحضور فيه. فالجزء الأكبر قد شغلته فئة المواطنين الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٥ ـ ٥٤ عاماً حيث قد بلغ عددهم حوالى ٥٦ مليون مواطن، ويشكلون نسبة ٣٢ بالمئة. وتأتي بعدها فئة المواطنين الذين تتراوح أعمارهم ٢٥ ـ ٣٤ عاماً الذين بلغ عددهم حوالى ٤٣ مليون مواطن وبنسبة بلغت ٢٦ بالمئة. ثم تأتي بعدها فئة ١٨ ـ ٢٤ عاماً، ثم الفئة التي تتجاوز أعمارها ٥٥ عاماً حيث بلغت أعدادهما ٤١ و٢٨ مليون مواطن رقمي، على التوالي.

أما إذا تحولنا نحو موقع التغريدات الرقمية (تويتر) فسنجد أن الشكل الرقم (٣ ـ ٨) قد احتوى على بيانات تصف التوزيع الديمغرافي للمتواصلين العرب بهذا الموقع التواصلي. وهنا يختلف المشهد، حيث تحتل فئة المواطنين الرقميين الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ ـ ٢٩ عاماً المرتبة الأولى، بعد أن بلغ عددهم ٩٤ مليون مواطن، أما المواطنون الرقميون الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٠ ـ ٤٩ عاماً فقد جاءت بالمرتبة الثانية بعد أن بلغ عددهم ٥٢ مليون مواطن.

بينما تأتي بعدها فئة ٥٠ ـ ٦٤ عاماً، ثم الفئة التي تزيد أعمارها على ٦٥ عاماً والذين بلغ عديدهم ٣٠ مليون، و١٢ مليون مواطن رقمي على التوالي.

الشكل الرقم (٣ ـ ٨)

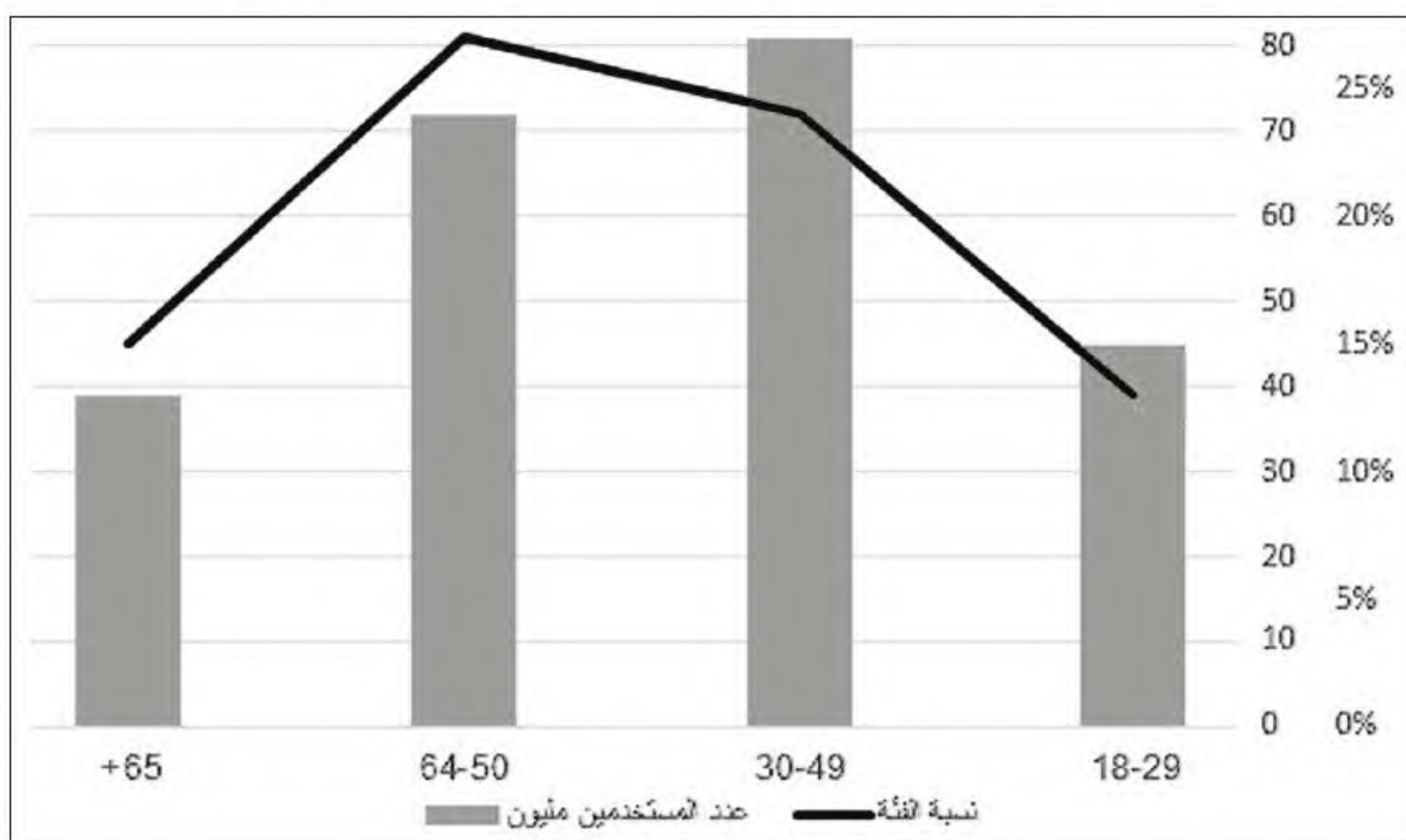
التوزُّع الديمغرافي للمتواصلين العرب في موقع «فايسبوك» عام ٢٠١٤



ويصح الأمر ذاته بالنسبة إلى بقية شبكات التواصل الاجتماعي مثل منصة «لنكد إن» (LinkedIn)، وكذلك منصة «إنستاغرام» (Instagram) (انظر الشكلين الرقمين (٣ ـ ٩ و٣ ـ ١٠)).

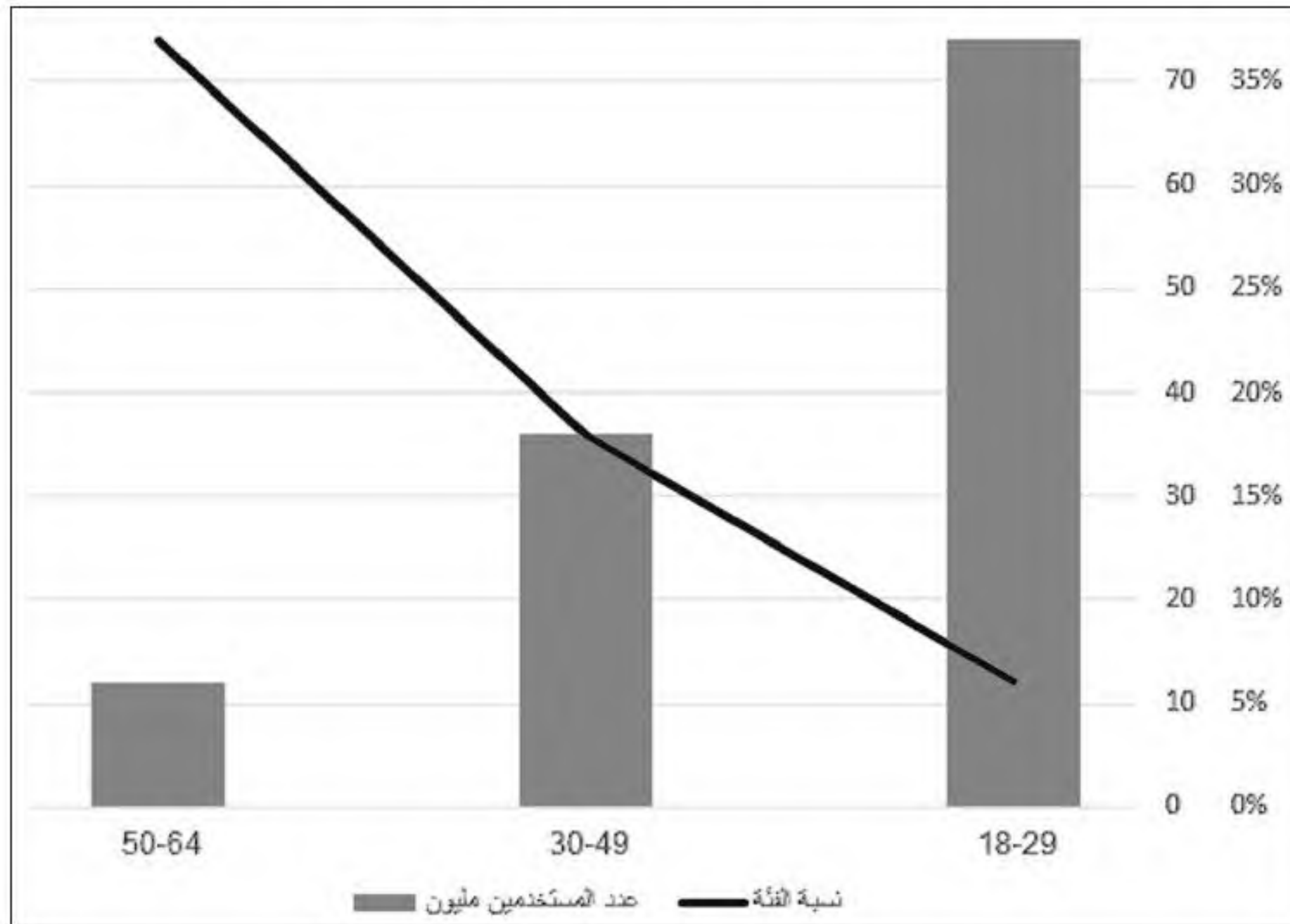
الشكل الرقم (٣ ـ ٩)

التوزّع الديمغرافي للمتواصلين العرب في موقع «لنكد إن» عام ٢٠١٤



الشكل الرقم (٣ ـ ١٠)

التوزُّع الديمغرافي للمتواصلين العرب في موقع «إنستاغرام» عام ٢٠١٤



ولا يمكن لهذا التوزّع الديمغرافي أن يبقى ثابتاً، حيث تتعرض خارطته، باستمرار، إلى تغييرات مستديمة نتيجة للتباين الحاصل في نسبة الإقبال على استخدام هذه المنصات، نتيجة للأحداث التي تعصف بوطننا العربي، فيتحصل عنها حدوث انحسار في بعض المواطن من رقع الوصف الديمغرافي، أو ظهور حالات نمو وفقاً لنزعات النشاط التواصلي التي يزاولها المواطن الرقمي العربي.

٣ ـ ديمغرافية النزعة الناشطة لدى المتواصلين العرب

يختلف المواطنون الرقميون، رغم انتمائهم إلى مجتمع المعلومات الشبكاتي، بمقدار انتمائهم إلى الجماعات المتخيّلة التي ينتمون إليها، والمجتمع الكبير الذي ينتسبون إليه.

ويتجلّى الانتماء وتترسخ المواطنة الرقمية من خلال المشاركة الناشطة لأفراد المجتمع الشبكاتي، وإنتاج مادة خطابه التواصلي، والتفاعل مع بقية المواطنين الرقميين الذين يقاسمونه الإقامة في الفضاء الرقمي المتخيّل.

وتظهر المراجعة المتأنية للموارد والدراسات التي تعنى بالمواطنة الرقمية عدم وضوح التخوم التي يمكن أن تميّز المواطن المتواصل الخامل، وبين قرينه الناشط. بيد أن تدقيق عناصر خطاطة المواطنة الرقمية قد أسعفتنا في تحديد ملامح المتواصلين الناشطين في البيئة العربية، وغيرها من البيئات العولمية، والتي يمكن تلخيصها بالسمات الآتية:

أ ـ يمارس عمليات الاتصال والتواصل بطريقة مختلفة، وباستخدام خدمات البريد الإلكتروني، وبرامج المحادثة والدردشة الرقمية، متجاوزاً الحدود المحلية والإقليمية، ومنفتحاً

على فضاء الاتصال العولمي مع الآخر. وقد أسهم التواصل السريع في إعداد خطاب الاتصال في ميل هذا المواطن إلى عدم الالتزام بقواعد الاملاء، واستخدام الاختصارات اللفظية، أو الحرفية، للتكيّف مع متطلبات الخدمات الرقمية السريعة والآنية. في المقابل استعيض عن الحضور وجهاً لوجه عند التخاطب مع الآخر باستخدام أيقونات الأحاسيس والعواطف الرسومية، ولم يعد للهوية الحقيقية أهمية عند التواصل وفي إرساء الصلات مع الآخر فحل محلها الرمز المتجسّد (Avatar) الذي يتيح للمواطن الرقمي لبس القناع الذي يشاء، حينما يتخاطب مع أقرانه الرقميين.

ب ـ يستخدم آليات جديدة أو مبتكرة للمشاركة مع الآخر عبر استخدام المدوّنات الرقمية، والمشاركة بالصور والمؤثرات النصية والمرئية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. لقد أصبح لكل لحظة يعيشها المواطن الرقمي، حضوراً رقمياً يمكن أن يتشارك به مع الجماعة المتخيلة التي ينتمي إليها، أو أي مواطن رقمي آخر بواسطة المنصة المتنقلة لتبادل الصور والفيديو إنستاغرام، أو منصة التراسل «واتس آب» (WhatsApp)، كما يستطيع أن يدوّن مشاعره وآراءه بواسطة مواقع المدونات الرقمية، ليتبادل مع الآخر الإحساس باللحظة التي اقتنصتها أو دوّنتها أدواته الرقمية.

ج ـ يديم الإقامة في بيئة مشحونة بالأدوات التي تجعله قادراً على ابتكار المواقع، والرموز المتجسّدة، والوسائط الرقمية المتعددة، والعوالم المتخيلة فتتعدد مستويات حضورهم ومشاركاتهم الرقمية داخل حدود البيئة ذاتها، وباختلاف الوصلات الشبكاتية التي يتسلل من خلالها حضورهم الرقمي إلى عقدها المعلوماتية.

د ـ يزاول عمليات البحث والتنقير في مواقع الويب المنتشرة بكثافة على الإنترنت، لبلوغ المعلومات التي يريدها في حقل عمله، أو للتواصل مع الآخر، أو للعثور على بيانات تدعم عملية تسيير دفة حياته اليومية. ويتميز هذا المواطن بقدرته على استخدام آلات بحث، وعبارات بحث تبعد منه البيانات غير المفيدة، وتقلّل من هامش البحث في معلومات لا صلة لها بموضوع بحثه.

هـ ـ تختلف أنماط الممارسات الاجتماعية لديه في كونها تمارس بصورة مباشرة (Online)، وعبر وصلات البيئة الرقمية. فتتجاوز عقبة التواصل وجهاً لوجه، ولا تعير لمظهر الرمز المتجسّد، أو استخدام اسم مستعار بدلاً من الاسم الحقيقي، اهتماماً بالمقارنة مع محتوى الخطاب الذي تتواصل به مع المواطنين الرقميين. بمعنى آخر فإن عملية ترسيخ الثقة والاحترام المتبادل مع الآخر تكون مكتسبة نتيجة لعمق، واستمرارية، التواصل ولا صلة لها بالمعايير الاجتماعية التقليدية.

و ـ تتميز أنشطة حياته اليومية بكونها متجددة، وتتنوع أنماطها باستمرار نتيجة لوجود حاجة مستمرة بالتكيف مع التغيرات السريعة التي تسري في البيئة الرقمية، والتطور المتلاحق في أنماط وآليات أدواتها المتجددة.

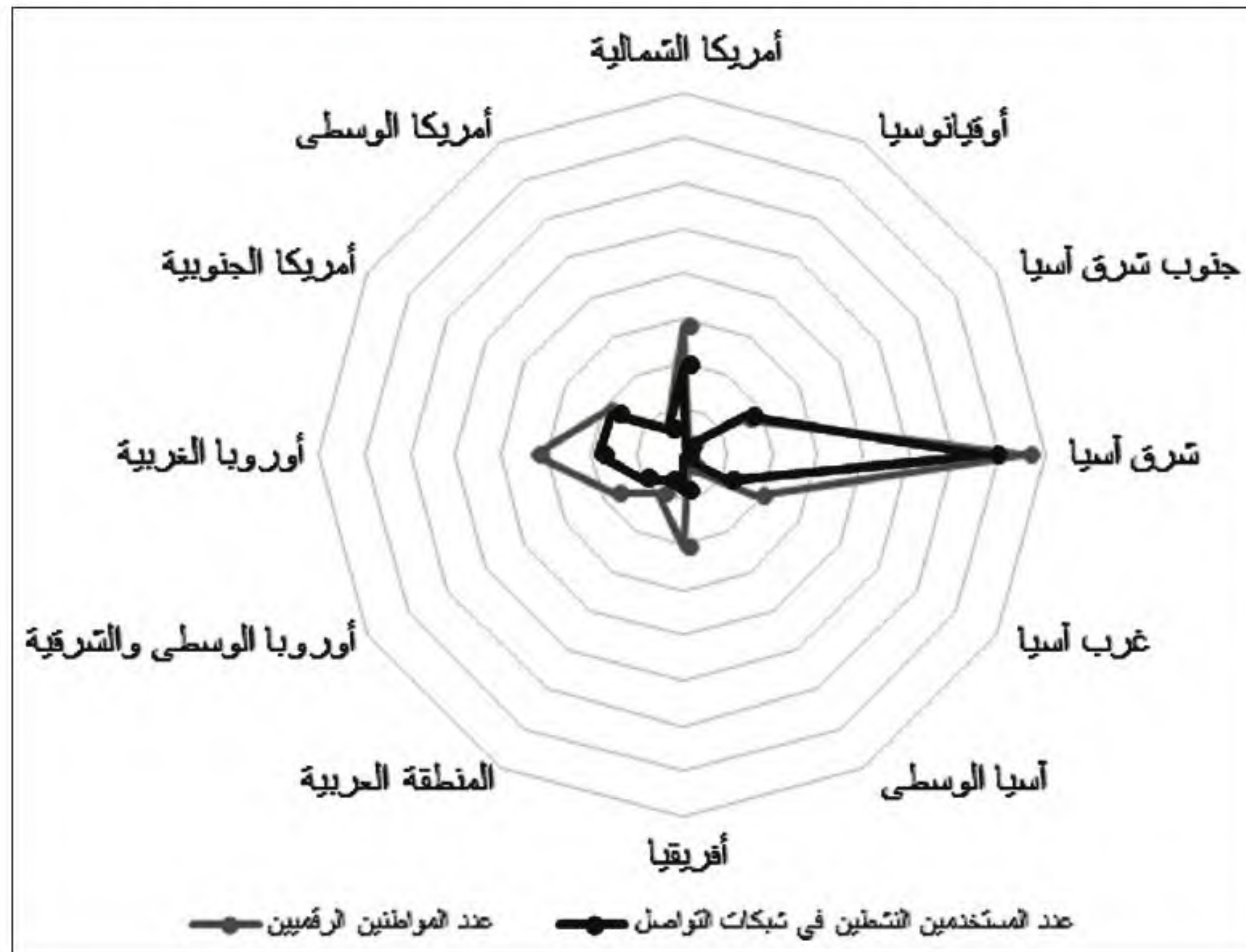
ز ـ يديم حضوره في الفضاء التواصلي، ويحرص على التفاعل مع الخطاب المطروح في شبكات التواصل الاجتماعي، ويستمر بطرح المحتوى الرقمي الذي يزيد ثراء منصة تطبيقات شبكات التواصل بحصيلة معرية جاذبة للآخر نحو إدامة التواصل معه، أو الحضور في مواقع تطبيقاتها المختلفة.

وتختلف نسبة المتواصلين النشطين بين منطقة، وأخرى، وبين بلد وآخر بحسب تعمّق الوعي بالمواطنة الرقمية، ومستوى الإقبال على ممارسة الأنشطة والممارسات التي يفرضها الحضور في الفضاء المتخيّل.

ويظهر الشكل الرقم (٣ ـ ١١) ديمغرافية مستخدمي شبكات للمتواصلين النشطين في المنطقة العربية وبقية مناطق العالم عام ٢٠١٤، حيث يظهر تراجع نسبة المتواصلين النشطين بالمنطقة العربية، عند مقارنتهم دول شرق آسيا، والأميركتين، وأوروبا؛ حيث يؤثر الكثير من المتواصلين العرب على المطالعة، والمراجعة، وتقل مستويات إنتاجهم للمحتوى الرقمي الذي يمكن أن يعد مؤشراً على نشاطهم التواصلي.

الشكل الرقم (٣ ـ ١١)

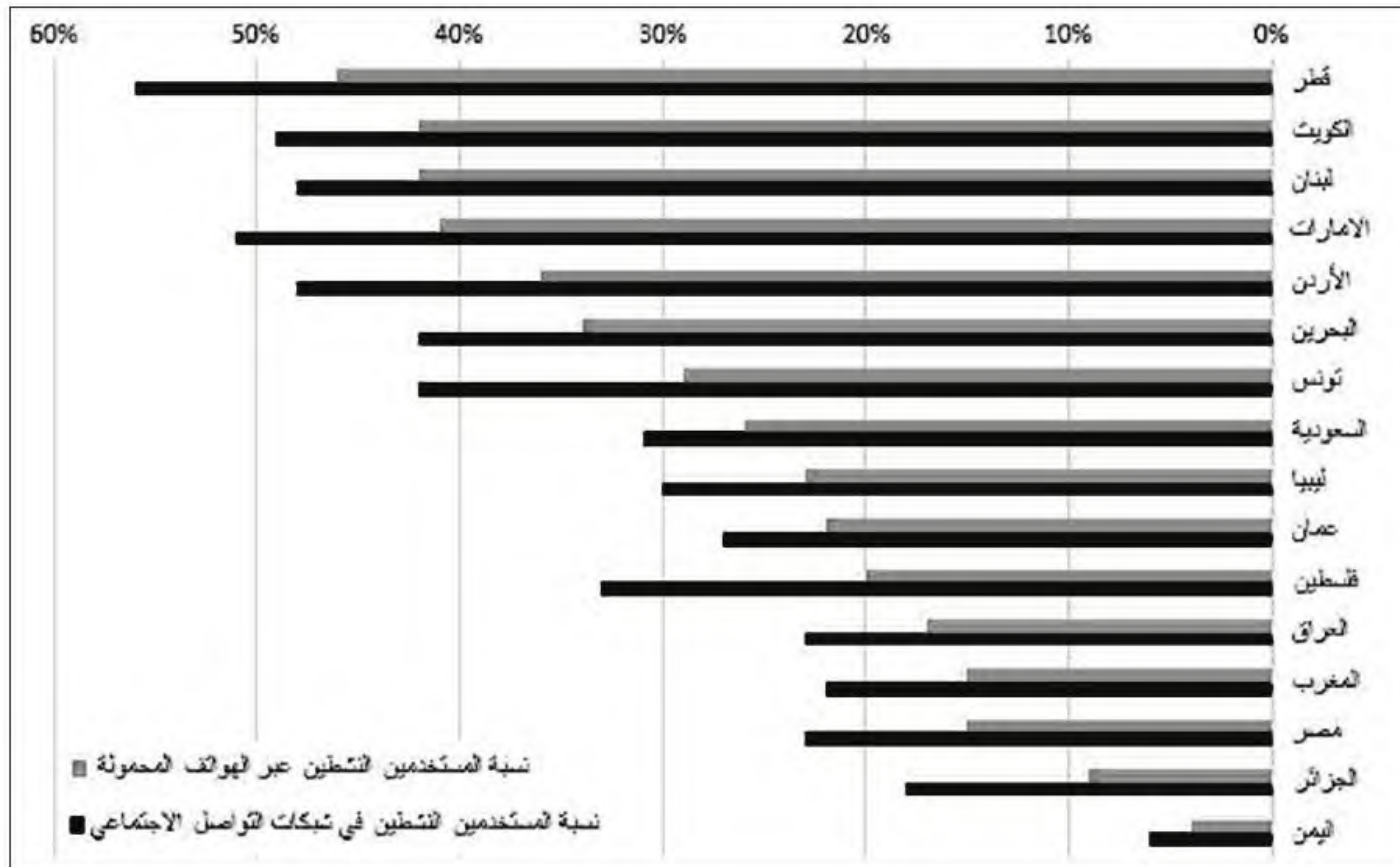
التوزّع الديمغرافي للمتواصلين النشطين في المنطقة العربية وبقية مناطق العالم عام ٢٠١٤



أما الخريطة الديمغرافية لحضورهم في أحد تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، على مستوى البلدان العربية، فيمكن مراجعته في الشكل الرقم (٣ ـ ١٢) حيث تتجلى مراتبية البلدان العربية على صعيد نسبة حضور المتواصلين النشطين في بيئة الفايسبوك الاتصالية.

الشكل الرقم (٣ ـ ١٢)

التوزُّع الديمغرافي للمتواصلين النشطين العرب على منصة «فايسبوك» عام ٢٠١٤



وتحتل قطر المرتبة الأولى وبنسبة ناشطين تتجاوز ٥٥ بالمئة، بينما تأتي الكويت بالمرتبة الثانية، وبنسبة ناشطين بلغت ٤٨ بالمئة، ومن ثم لبنان بنسبة مقاربة للكويت. ويتراوح متوسط نسبتهم في بقية البلدان العربية بين ٣٠ ـ ٤٠ بالمئة، بينما تتراجع عن هذه النسبة لدى العراق، والمغرب، ومصر، والجزائر، وتستأثر اليمن بقعر القائمة وبنسبة ناشطين لا تتجاوز ٦ بالمئة.

رابعاً: ديمغرافية التواصل الرقمي ـ العربي

تتوزع اهتمامات المواطن المتواصل رقمياً بين أكثر من تطبيق من تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، فتتعدد هوياته الرقمية بتعددها. وقد أسهمت البيئة المنفتحة لـ «ويب ٢,٠» (Web 2.0) في زيادة تشابك نسيج الحضور الرقمي للمستخدمين، فأضحت عملية تمييز حضور هذه الهوية في هذا الموقع أو ذاك محفوفة بمخاطر الاختلاط لتعدد الأقنعة الرمزية التي قد يلجأ المتواصل الرقمي إلى ارتدائها في موقع، ويتنازل عنها لمصلحة قناع آخر، في موقع يتسم بنكهة حضور مباينة.

من أجل هذا فقد توجهنا نحو اعتماد خطاطة سعت إلى تقسيم فضاء التواصل الرقمي العربي إلى قطاعات ينصبغ عنوانها بالنشاط الأساسي الذي يمارسه المستخدمون العرب أثناء حضورهم في تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعية. وقد برز أمامنا أكثر من محور يميز الحضور العربي في هذه البيئة التواصلية، فأطلقنا على المتواصلين الرقميين العرب الذين يقيمون في فضاء موقع «فايسبوك» اصطلاح فضاء التواصل والتفاعل الاجتماعي كونها الصبغة المميزة للحضور الرقمي في

هذا الموقع. أما المتواصلون من خلال المدونات الرقمية (Blogs) فقد ألحقناهم بفضاء التواصل المدوّن، في حين أنزلنا المتواصلين بواسطة موقع «تويتر» في فضاء التواصل المغرّد.

بعد السير على هذا النهج تولّد لدينا فضاء التواصل المرئي الذي يستخدم موقع «يو تيوب» وكذلك «إنستاغرام» لترسيخ تواصله وإيصال خطابه إلى الآخر. وقد فرضت البيئة التعاونية لمواقع ويكي حضورها على المتواصلين العرب بعد أن نجحوا في تشكيل فضائهم المعرفي التعاوني، ولحقت بهذه الفضاءات فضاءات احترافية مثل الفضاء المتولّد عن تواصل المتخصصين عبر موقع «لنكد إن». وأخيراً شهدنا فضاء المنتديات العربية (Arabic Forums) التي اتصفت بتنوعها وثراء المحتوى الرقمي العربي المستودع في هذه المواقع.

لذا ستتوجه عنايتنا في تحليل الحضور التواصلي العربي من خلال التنقير المستمر في طبقات الحضور التفاعلي للمتواصلين العرب، عبر قنوات التواصل الرقمي المختلفة، فتعاملنا مع بياناتها بوصفها مورداً لبيان الأنماط الديمغرافية التي اتسم بها الحضور الرقمي في هذه البيئة التواصلية المتنوعة.

١ ـ فضاء التواصل والتفاعل الاجتماعي

يشهد موقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) إقبالاً متزايداً لدى المواطنين الرقميين العرب، بحيث أضحى جزءاً لا يتجزأ من مفردات الحياة اليومية، بعد أن تغلغل برفق إلى طقوس الممارسات اليومية للمواطن العربي.

فبعد أن رأى هذا الموقع النور في عام ٢٠٠٤ على يد أحد طلبة جامعة هارفرد بالولايات المتحدة الأمريكية، ثم بدأت شعبية الموقع، وحمّى استخدامه بالتغلغل إلى البلدان العربية بعد بضع سنوات، بحيث بلغ عدد المستخدمين النشطين العرب حوالى ٢٧,٧١١,٥٠٤ مستخدم عام ٢٠١١. وبدأت أعداد المقبلين على استخدامه في النمو التدريجي بحيث وصل أعداد مستخدمي موقع «فايسبوك» بالوطن العربي في بداية شهر أيار/مايو ٢٠١٤ إلى ٨١,٣٠٢,٠٦٤ مستخدم بعد أن كان هذا العدد لا يزيد على ٥٤,٥٥٢,٨٧٥ مستخدم في الشهر ذاته من عام ٢٠١٣ محققاً نسبة نمو سنوي مقدارها ٤٩,٠٣ بالمئة.

ويشكل المستخدمون من مصر نسبة كبيرة من عدد المستخدمين العرب، حيث تشكل مجاميعهم نسبة ٢٤ بالمئة من العدد الكلي، وبعدد مستخدمين جدد ناهز حوالى ٢,٦ مليون مستخدم خلال عام ٢٠١٣. بالمقابل، تراجعت نسبة الحضور الأنثوي على هذا الموقع تراجعاً طفيفاً خلال المدة ذاتها من ٣٣,٤ بالمئة إلى ٣١,٧٥ بالمئة، وهي نسبة منخفضة مقارنةً بالمتوسط العولمي للحضور الأنثوي الذي قارب نسبة ٥٠ بالمئة. وما زالت شريحة الشباب (فئة ١٥ ـ ٢٩ سنة) هي الشريحة المهيمنة في فضاء موقع «فايسبوك» وبنسبة حضور بلغت ٦٧ بالمئة من العدد الكلي لمستخدمي الموقع[٩].

---

(٩) البيانات مستقاة من الموقع التالي: <http://www.arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx # sthash.FJiGpulN.dpuf>.

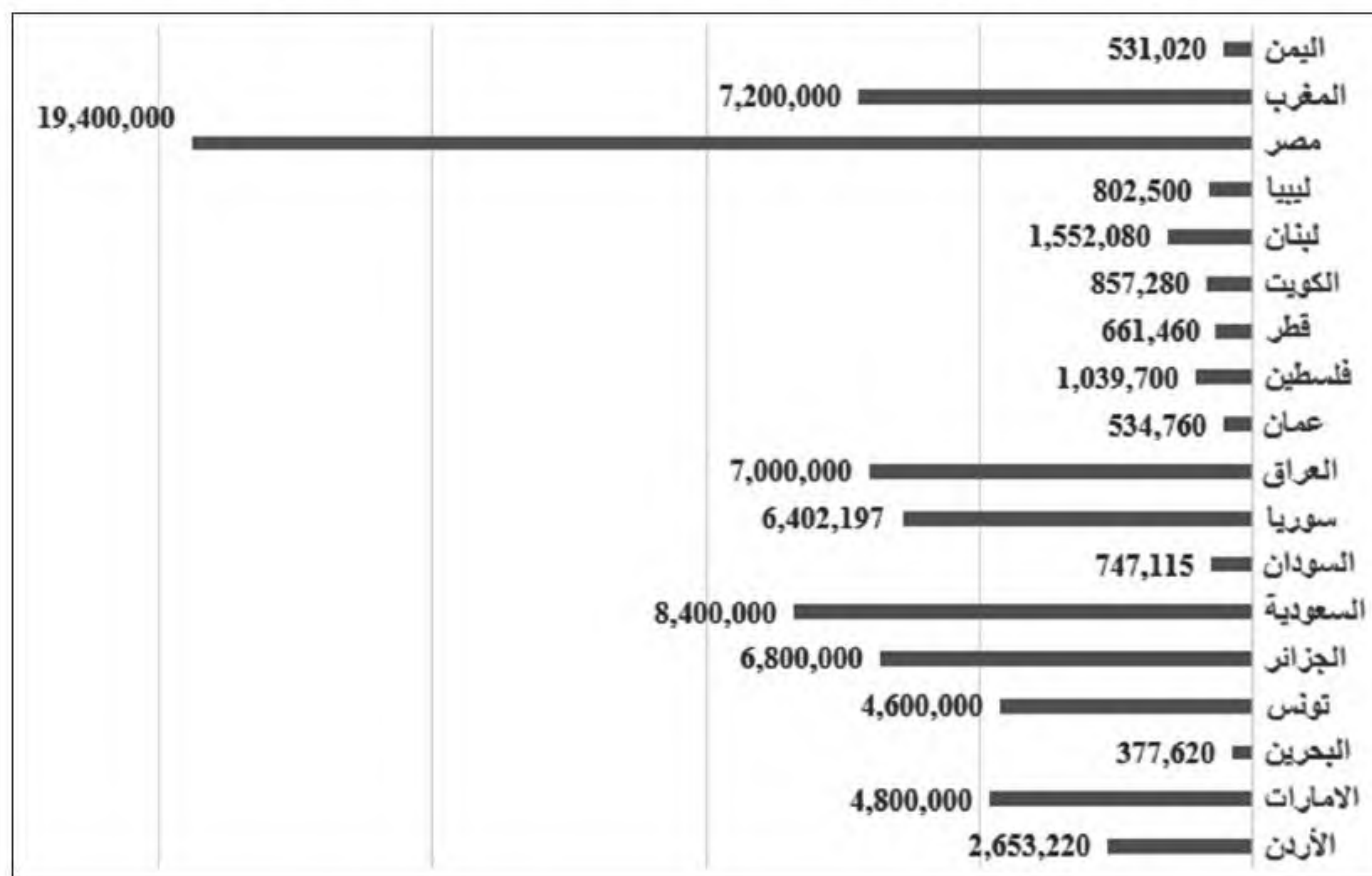
تباينت نسب حضور المواطن العربي على صفحات هذا الموقع، نتيجة مستوى تماسك البنية التحتية للمعلومات والاتصالات، والتكاليف المترتبة على عملية الاستخدام، من جهة، ووجود عوائق اجتماعية، وأخرى ذات أبعاد شخصية. فعلى صعيد عدد المستخدمين احتلت منطقة العراق وبلاد الشام المرتبة الأولى بعد أن بلغ عددهم أكثر من ٢١ مليون مستخدم، بينما حلّت بلدان شمال أفريقيا بالمرتبة الثانية بعد أن بلغ عددهم حوالى ١٣ مليون مستخدم. أما بلدان الخليج العربي فقد وصل عددهم فيها إلى ١١ مليون مستخدم[١٠].

أما على صعيد نمو عدد المستخدمين، فقد احتلت العراق وبلاد الشام المرتبة الأولى، أيضاً، حيث قاربت نسبة النمو السنوي ١٢ بالمئة، وتلتها بلدان شمال أفريقيا بنسبة بلغت ١٠ بالمئة، بينما تراجعت نسبة النمو في بلدان الخليج العربي إلى ٣ بالمئة. ويمكن أن يُعزَى هذا التباين بالنمو بين بلدان الخليج العربي، وبقية البلدان، إلى أن هذه البلدان سبقت بقية البلدان العربية في بدايات دخول مواطنيها إلى بيئة التواصل والتفاعل الرقمي، الأمر الذي تسبب بهذا التباين.

وقد حاولنا تشكيل خارطة التوزّع الديمغرافي للمواطنين العرب المتواصلين رقمياً وأودعناها في الشكل الرقم (٣ ـ ١٣).

الشكل الرقم (٣ ـ ١٣)

التوزّع الديمغرافي للمتواصلين والمتفاعلين العرب لعام ٢٠١٤



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: *Citizen Engagement and Public Services in the Arab World: The Potential of Social Media*, 6th ed. (Dubai: Mohammed Bin Rashid School of Government, 2014).

---

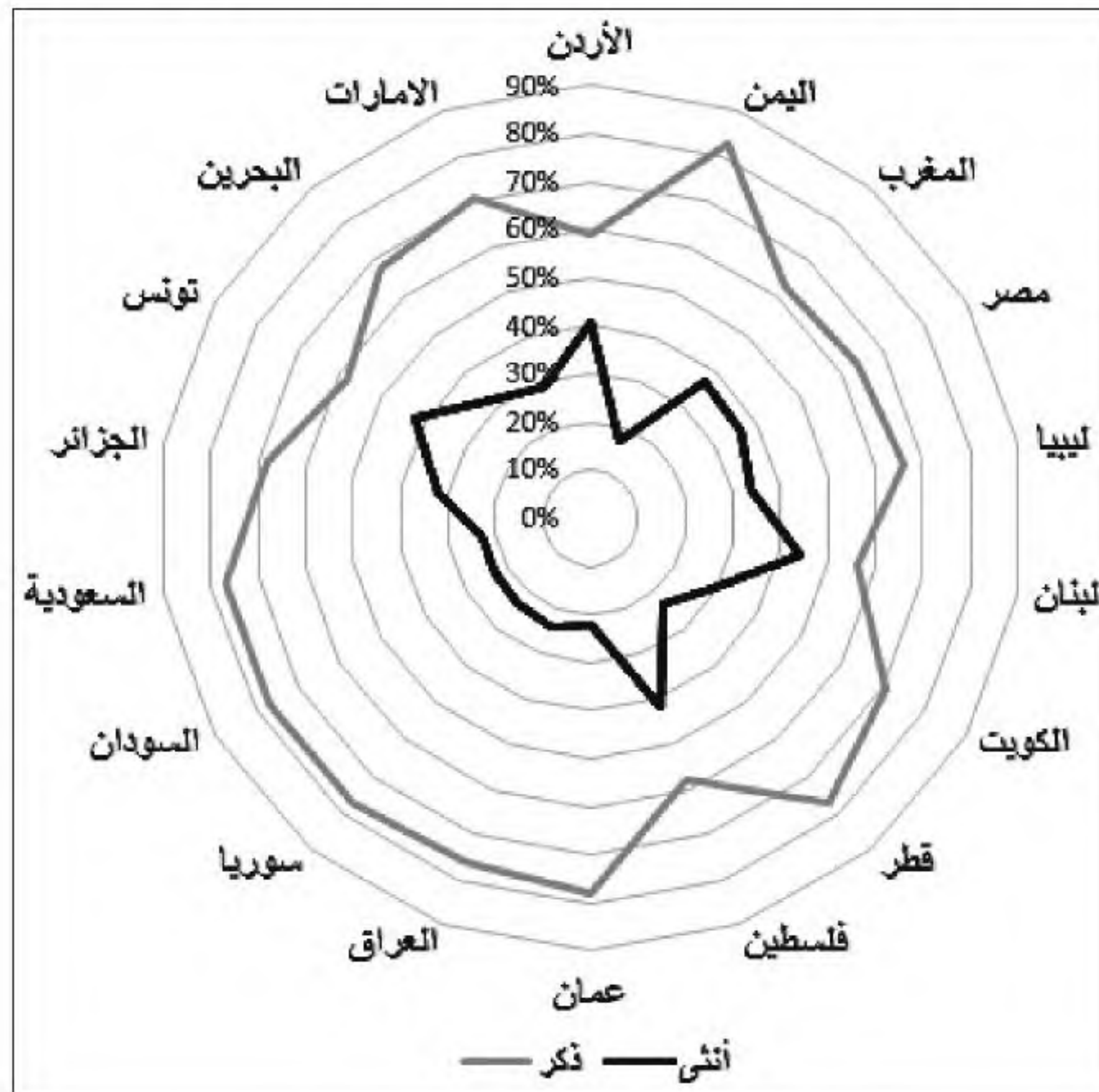
(١٠) *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013* (Dubai: Madar Research and Development, 2013).

ويبدو واضحاً أن مصر تبوأت المرتبة الأولى على صعيد كثافة المتواصلين رقمياً، بعد أن بلغ عددهم ١٩,٤ مليون مواطن، وجاءت السعودية بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عددهم ٨,٤ مليون نسمة، ثم المغرب حيث بلغت كثافة حضورهم ٧,٢ مليون مواطن، بينما لم يزد عدد المتواصلين في البحرين على ٣٧٧ ألف مواطن، الأمر الذي جعلها تتراجع عن بقية البلدان العربية في عدد المواطنين المتواصلين والمتفاعلين بواسطة موقع فايسبوك.

وقد تباين الحضور الديمغرافي لجنس المتواصلين العرب، فتفوق الجنس الذكوري على الأنثوي في جميع بلدان وطننا العربي، بنسبة حضور تراوحت بين ٦٥ ـ ٨٣ بالمئة (انظر الشكل (٣ ـ ١٤)). وكانت أعلى قيمة للحضور الذكوري باليمن التي بلغت ٨٣ بالمئة، أما أعلى قيمة للحضور الأنثوي فقد حققها الجنس الأنثوي بلبنان بعد أن بلغت نسبة حضورهن ٤٤ بالمئة.

الشكل الرقم (٣ ـ ١٤)

التوزُّع الديمغرافي لجنس المتواصلين والمتفاعلين العرب لعام ٢٠١٤

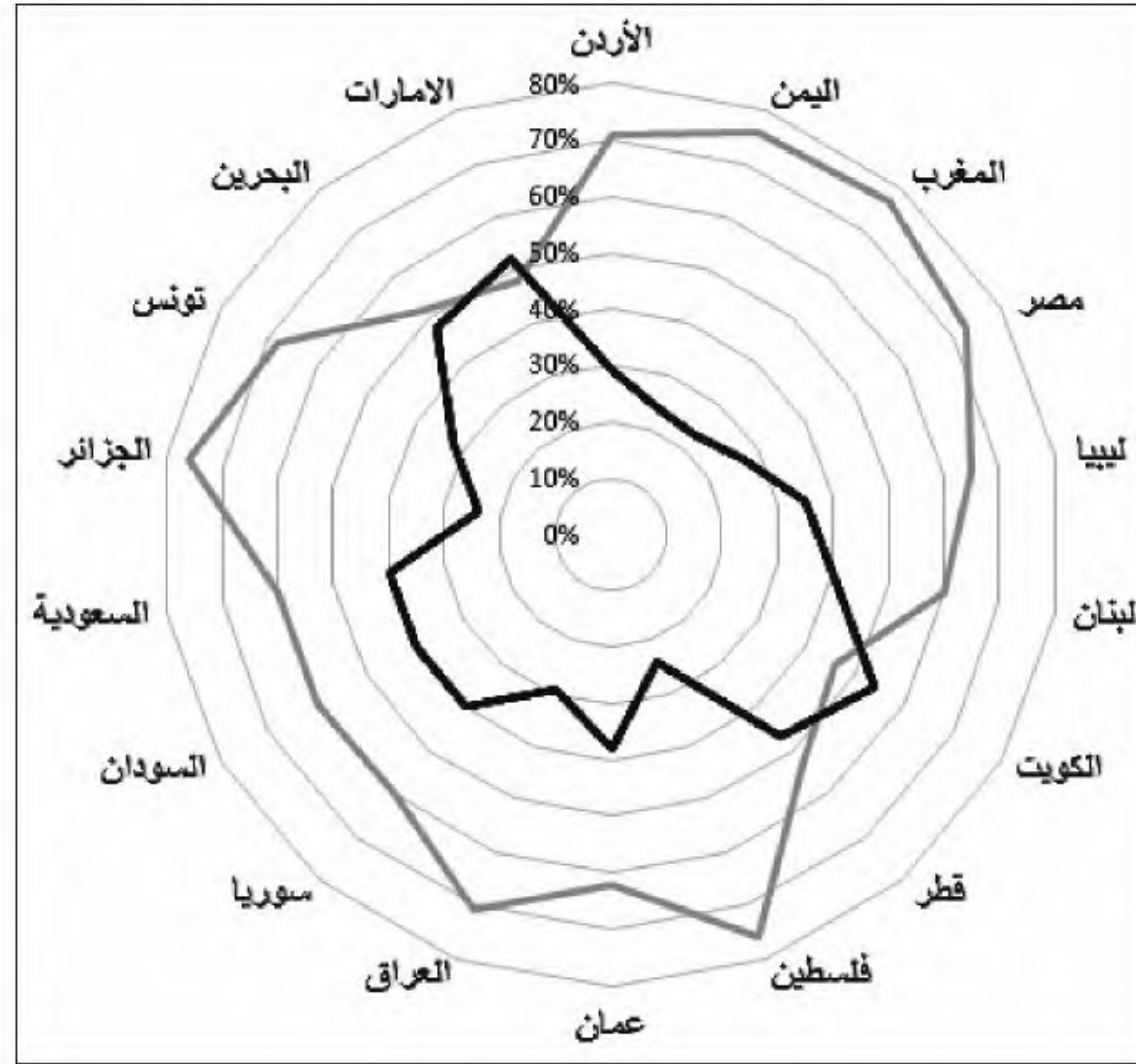


المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: المصدر نفسه.

وقد اتخذ التوزُّع الديمغرافي للفئات العمرية العربية المتواصلة شكل حلقتين، وصفت الحلقة الخارجية (الكبيرة) مستوى حضور الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٥ ـ ٢٩ عاماً)، أما الحلقة الداخلية فتصف مستويات حضور المواطنين الذين تتجاوز أعمارهم ٣٠ عاماً (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ١٥)).

الشكل الرقم (٣ ـ ١٥)

التوزّع الديمغرافي للفئات العمرية للمواطنين العرب المتواصلين والمتفاعلين لعام ٢٠١٤

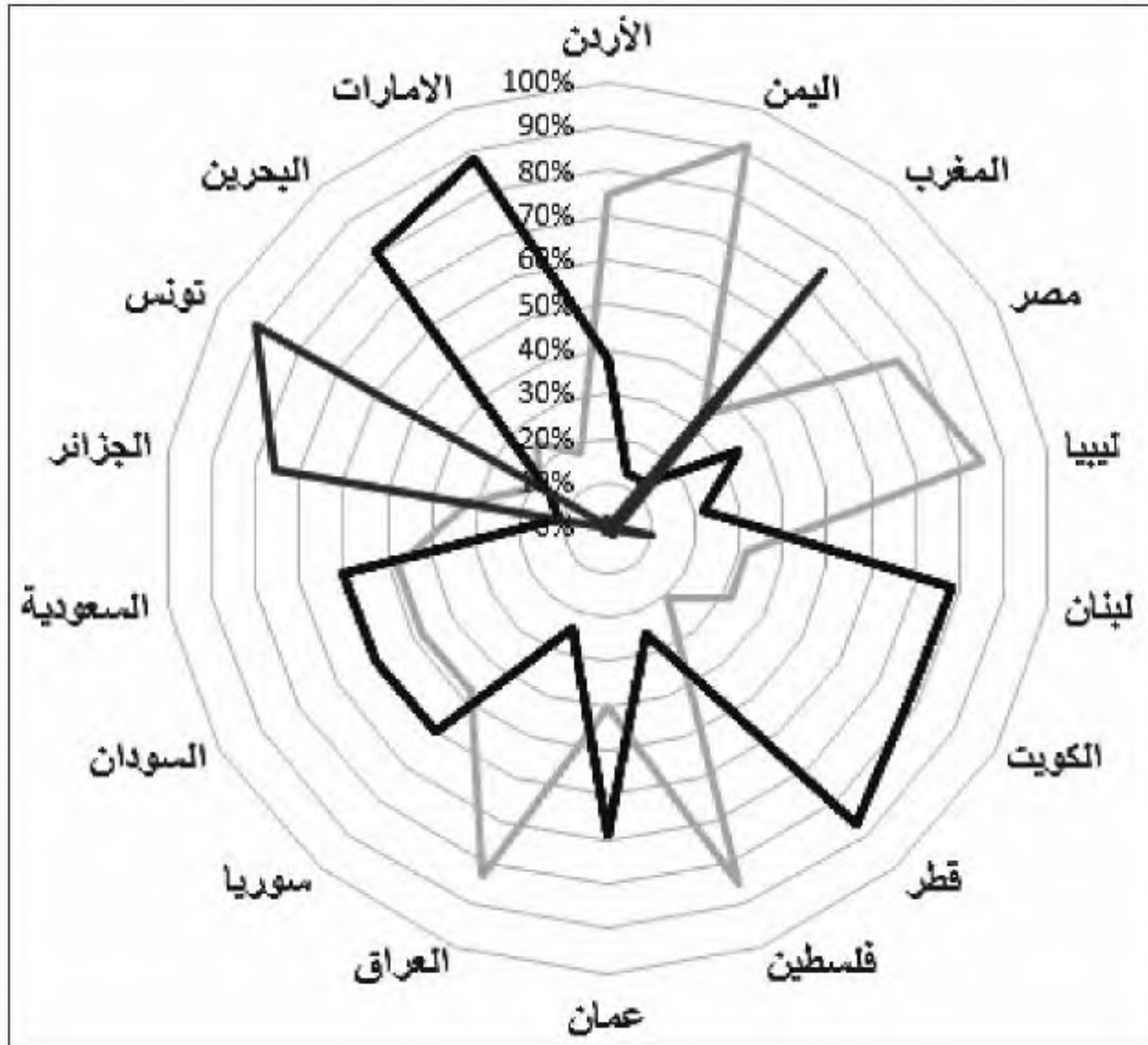


المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: المصدر نفسه.

ولما كانت لغة الخطاب الذي يستخدم في أنشطة التواصل والتفاعل الرقمي، سمة مهمة لوصف مستوى انتماء المحتوى إلى قضايا شبكات المجتمع، فقد حاولنا تشكيل خريطة إضافية لوصف ديمغرافية الخطاب التواصلي في بلداننا العربي، والذي أفصح عن وجود تباين على صعيد التوظيف اللغوي (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ١٦)).

الشكل الرقم (٣ ـ ١٦)

التوزّع الديمغرافي للغة خطاب التواصل والتفاعل بالوطن العربي لعام ٢٠١٤



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: المصدر نفسه.

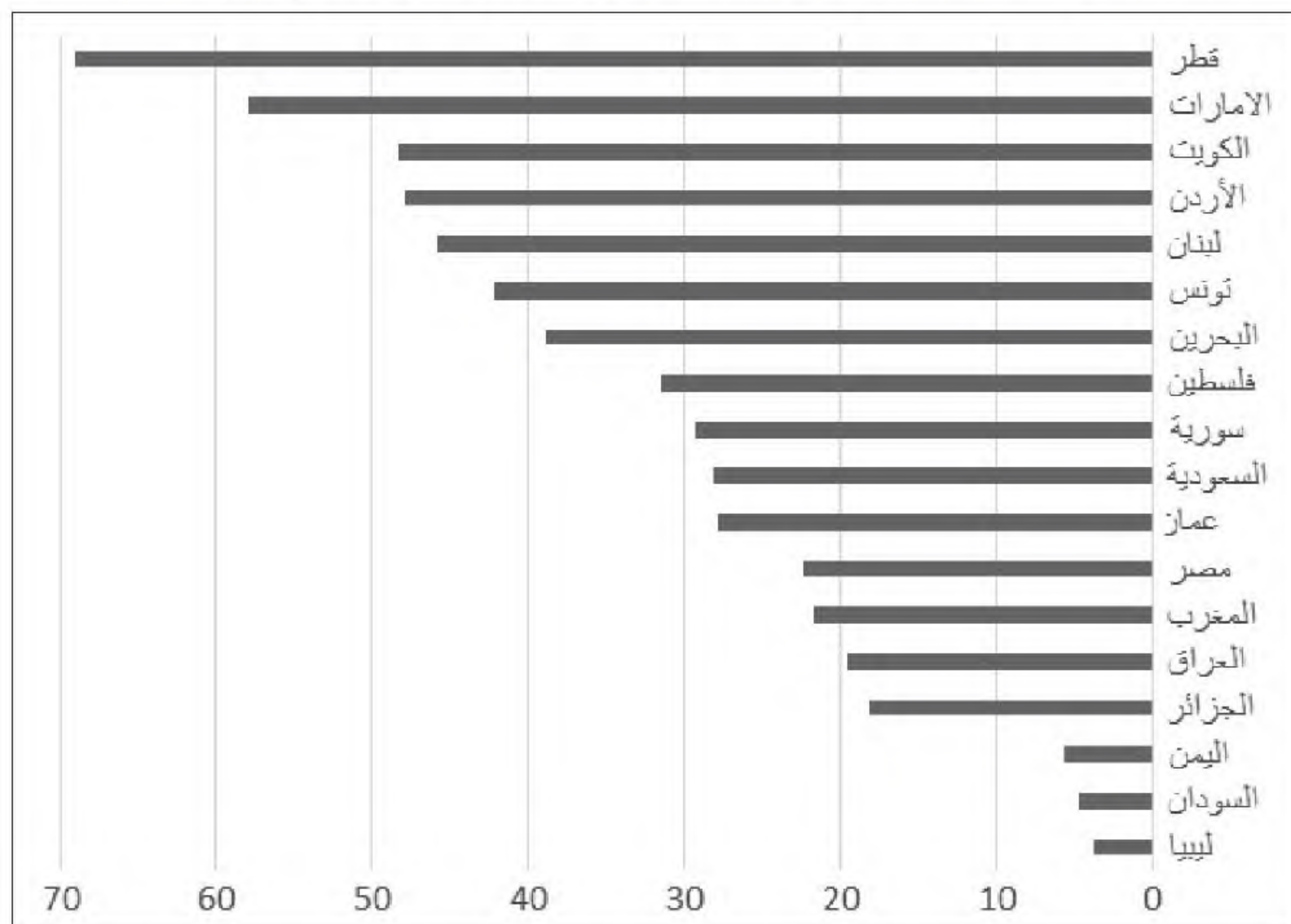
بداية يمكننا القول إن اللغة العربية تتبادل المرتبة الأولى مع اللغة الإنكليزية، في كثير من البلدان العربية، فاحتلت العربية المرتبة الأولى في: الأردن، والعراق، وفلسطين، وليبيا، ومصر، واليمن؛ بينما احتلت الإنكليزية المرتبة الأولى في: الإمارات، والبحرين، والسعودية، وعمان، وقطر، والكويت، ولبنان.

ومما لا شك فيه أن اللغة الفرنسية تحتل مكانة متقدمة في بلدان المغرب العربي على حساب اللغة العربية، وتستثنى من هذه القاعدة ليبيا، التي تتفوق فيها اللغة العربية، مع انحسار ملحوظ للغة الفرنسية التي لم يتجاوز استخدامها الـ ٢ بالمئة.

ولكي تكتمل حلقة معالجة الموقع الأكثر شعبية على صعيد تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، حاولنا تحديد معالم ديمغرافية نسب مشاركة المواطنين المتواصلين رقمياً في مختلف البلدان العربية، لتحديد الكثافة الديمغرافية للمشاركات التواصلية، فكانت النتيجة حصولنا على الشكل الرقم (٣ ـ ١٧) الذي نجح بالتعبير عن هذه السمة.

الشكل الرقم (٣ ـ ١٧)

نسبة دخول المستخدمين إلى منصة الفايسبوك بعموم الوطن العربي عام ٢٠١٤



ويمكن أن نستثمر هذه البيانات في تقسيم هذه الديمغرافية إلى ثلاثة قطاعات:

أ ـ القطاع الأول: قطاع التواصل المكثّف

وتنضوي فيه البلدان التي تتجاوز فيها نسبة دخول المواطنين، وممارستهم أنشطة التواصل والتفاعل ضمن حقول متعددة من تفاصيل حياتهم اليومية، بحيث تتجاوز نسبة الدخول على ٣٠ بالمئة. وتنتمي لهذا القطاع كل من: قطر (بالمرتبة الأولى)، والإمارات (بالمرتبة الثانية)، والكويت، والأردن، ولبنان، وتونس، والبحرين، وفلسطين.

ب ـ القطاع الثاني: قطاع التواصل المتوسط

وتنضوي فيه البلدان التي تتراوح فيها نسب الدخول إلى موقع «فايسبوك» بين ١٠ ـ ٣٠ بالمئة. وتلتحق بهذا القطاع كل من: سورية، والسعودية، وعمان، ومصر، والمغرب، والعراق، والجزائر.

ج ـ القطاع الثالث: قطاع التواصل الطفيف

وتنضوي في هذا القطاع البلدان التي تتراجع فيها مستويات الدخول إلى موقع «فايسبوك» ويقلّ حضور فضائه في تفاصيل الحياة الاجتماعية لمواطنيه المتواصلين رقمياً، بعد أن تراجعت نسبة الدخول فلم تفلح ببلوغ نسبة ١٠ بالمئة. ويلتحق بهذا القطاع كل من: اليمن، والسودان، وليبيا.

٢ ـ فضاء التواصل المدوّن

لا يمكن أن نستبعد المدوّنات الرقمية من دائرة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، بيد أنها تتميز من كثير من هذه التطبيقات في كون مضامينها تستودع على هيئة نصوص، تندرج ضمن أرشيف زمني، بحيث يمكن تتبع تدفق الأفكار، وتداعياتها في مكان محدد، دون الوقوع في متاهات التشتّت بين المسارات العنكبوتية لشبكة الإنترنت[(١١)].

نشأ البرعم الأول لمدونة عربية في ربوع الكنانة عام ١٩٩٥، بعدها ولدت أخرى في بلاد الشام، ثم ثالثة في أرض الكويت. وبعد بضعة أعوام بدأت المدونات العربية بترسيخ حضورها على الرقعة الديمغرافية الرقمية للوطن العربي، فدخلت ثلاثة بلدان عربية إلى ساحة التدوين هي: العراق، ومصر، والإمارات عام ٢٠٠٣، لتنضم بعدها في عام ٢٠٠٤، بلدان عربية أخرى، شملت: الجزائر، والبحرين، والأردن، والسعودية، والكويت، ولبنان، وقطر، وسورية. ولم تمضِ سوى سنة واحدة حتى اكتملت الخارطة الجغرافية للتدوين العربي في منتصف عام ٢٠٠٥[(١٢)].

ورغم تأخر ولادة المدوّنات الرقمية العربية، إلا أنها وجدت بيئة خصبة للنمو، وعلى أيدٍ حريصة على نشرها، وتوفير المناخ المناسب لضمان تفرّع جذورها في طبقات عميقة من طبقات الخطاب

---

(١١) Mark Tremayne, ed., *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* (London: Routledge, 2007).

(١٢) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

العربي المعاصر، فتنوعت مادتها، وازداد ثراء موضوعاتها، وباتت تنصبغ بصبغة وذائقة المواطن العربي؛ بدءاً من وادي الرافدين، وبلاد الشام، والخليج العربي، وانتهاءً بحافة المغرب العربي؛ فأصبحنا نتلمّس هموم مواطني كل رقعة، وآمالهم، ومخاوفهم في المحتوى الرقمي المطروح في فضاء المدوّنات العربية التي استوطنت البيئة الرقمية.

وأظهرت عملية التنقيب المعلوماتي التي باشرها فريق موقع مأرب أن الحجم الإجمالي للخطاب العربي المدوّن قد بلغ ٢,٤٨٨,٢٦٩ عنصراً رقمياً، أنتج المدوّنون ٩٠,٨ بالمئة من هذه المادة، بينما أنتج الجمهور النسبة المتبقية، والبالغة ٩,٢ بالمئة[١٣].

وقد اتسم نسيج فضاء المدوّنات العربية بتنوّع مادته، وانفتاحها على مجالات متعددة من حياة المواطن العربي، وانشغالاته، فتحولت شيئاً فشيئاً إلى شبكة معقدة تضم ٣٥ ألف مدوّنة نشطة، تشكّلت عنها خارطة رقمية برزت على ساحتها ٦٠٠٠ مدوّنة[١٤].

بصورة عامة، تتألف الخارطة الجغرافية للمدوّنات الرقمية العربية من هيكلة شبكاتية معقدة يتقاسم نسيجها مجموع المدوّنين المنتشرين في ١٨ بلداً ينطق باللغة العربية، بالإضافة إلى مجموعة من المغتربين العرب الذين يقطنون في بلدان أوروبا، والولايات المتحدة، وبلدان أمريكا الجنوبية، وبلدان أخرى[١٥].

ويشيع حضور مجموعات متماسكة من المدوّنات في فضائها العولمي، تجمعها قواسم مشتركة للخطاطات المعرفية التي تشكّل اهتمامات المدوّنين. بيد أن الدراسة التي قام بها مركز بيركمان على فضاء المدوّنات العربية، أظهرت أن مركز الثقل الأساسي، وعنصر جذب عناقيد المدوّنين ومن يتتبع نصوصهم تنصبغ بصبغة وطنية. ويلاحَظ هذا الأمر واضحاً في مدوّنات مصر، والسعودية، والكويت، والتي تشكل أكبر عنقود للمدوّنات في المنطقة العربية[١٦].

تبرز على هذه الخريطة مدوّنات لأفراد من بلدان الهلال الخصيب، وفي مجاميع متنوعة تختلط في نصوصها اللغتان العربية والإنكليزية، بنسب متفاوتة، لتشكل جسراً يصل بين المدوّنات العربية والعولمية. وتأتي بعدها المدوّنات العربية ـ الفرنسية التي ينحصر حضورها في بلدان المغرب العربي، وأخرى تنتشر على عموم الرقعة الجغرافية لفضاء المدوّنات يهتمّ أصحابها بمسائل إسلامية، وأخرى تشمل ديانات تنتشر في بعض البلدان العربية (انظر الشكل (٣ ـ ١٨)).

---

(١٣) المصدر نفسه.

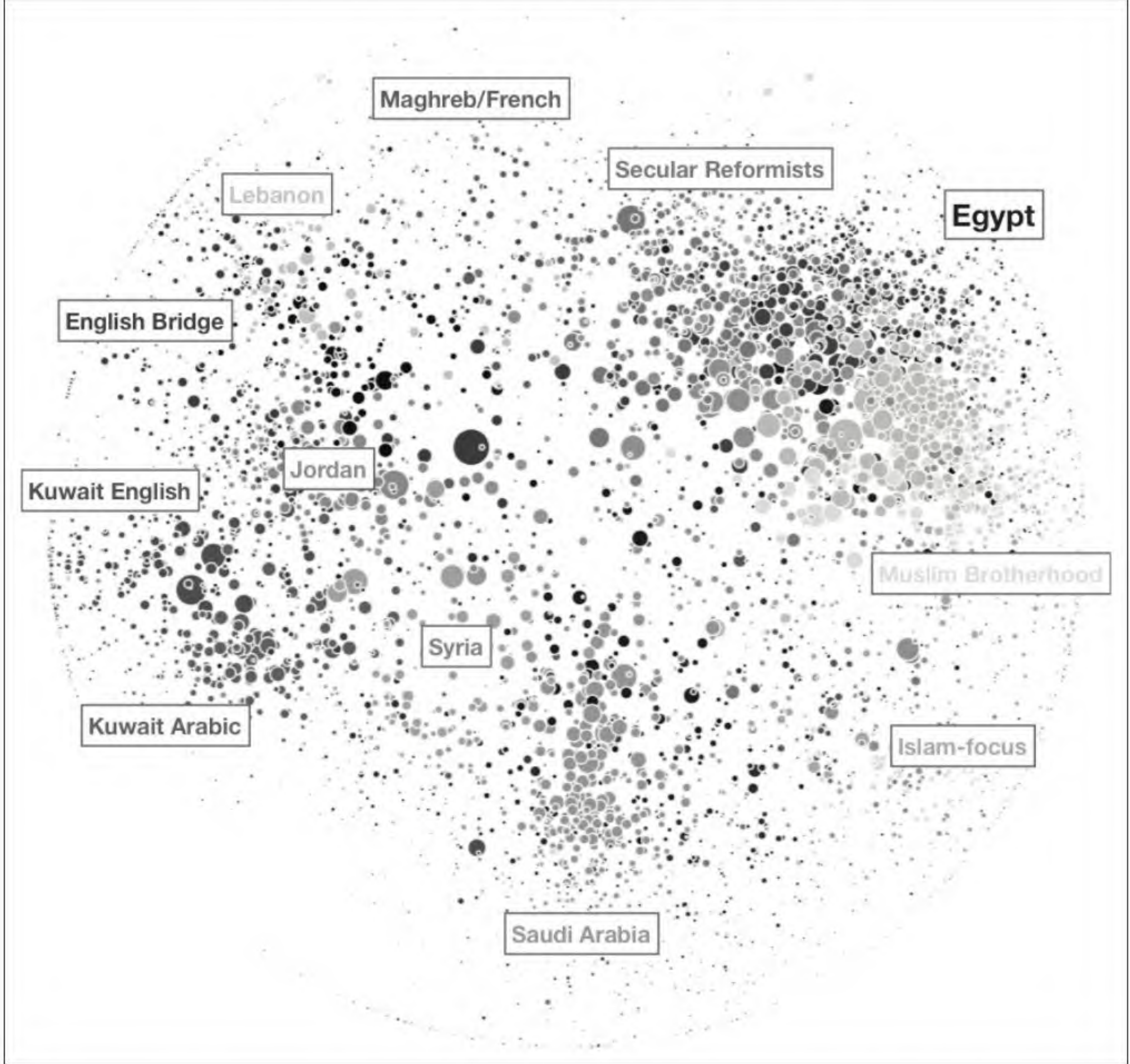
(١٤) Bruce Etling [et al.], *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent*, Research Publication, no. 2009-6 (Cambridge, MA: The Berkman Center for Internet and Society, Harvard University, 2009).

(١٥) Dima Tarhini, «Inside the Arab Bloggers' Minds: Europe, Democracy and Religion: Monitoring Facebook and Arab Blogs from March 1st to May 26th 2011,» (Working Paper, German Institute for International and Security Affairs, Berlin, 2011), <http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/arbeitspapiere/WorkingPaperIL_Tarhini_Dima.pdf>.

(١٦) Etling [et al.], Ibid.

الشكل الرقم (٣ ـ ١٨)

الخارطة الجغرافية لفضاء المدوّنات الرقمية العربية

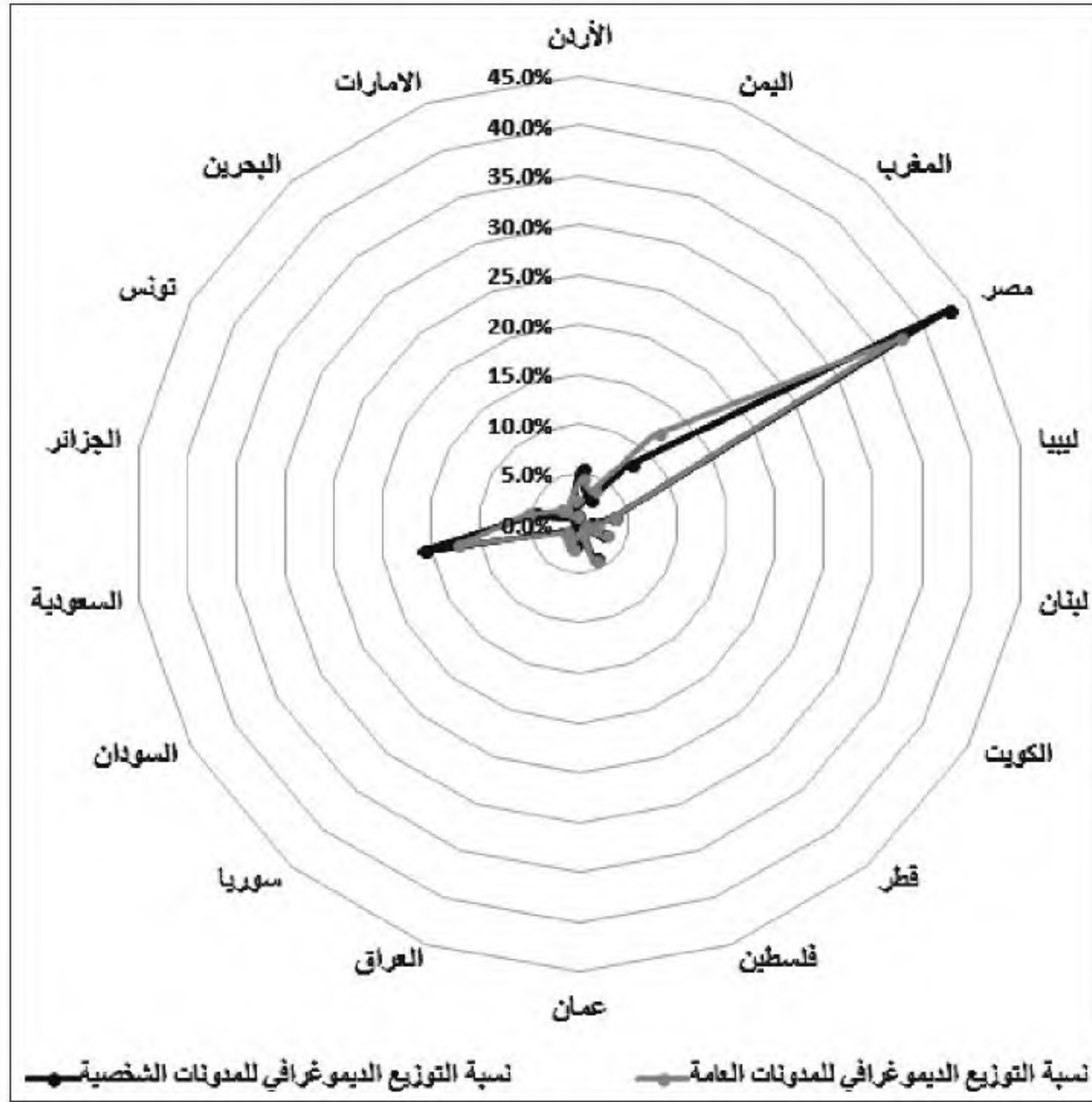


المصدر: Bruce Etling [et al.], *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent*, Research Publication, no. 2009-6 (Cambridge, MA: The Berkman Center for Internet and Society, Harvard University, 2009).

ولتحديد معالم ديمغرافية التواصل المدوّن في فضائنا العربي مورست سلسلة من عمليات التنقير في قواعد بيانات موقع مأرب الذي أنشأته مؤسسة الفكر العربي، أثمرت عن ترسيم النطاق العام للتوزيع الديمغرافي للمدونات بعد أن اعتمد مبدأ تقسيم المدونات، إلى مدونات خاصة، يعكف مدوّنون على إعداد مادتها بجهود ذاتية، وأخرى عامة ينهض بتغذيتها بالمحتوى الرقمي مجاميع من المدوّنين الذين يسعون إلى نشر مبادئ، وتيارات، تتبناها مؤسسات عامة، أو جمعيات عامة، أو أحزاب (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ١٩)).

الشكل الرقم (٣ ـ ١٩)

ديمغرافية المدوّنات الخاصة والعامة في فضاء التواصل المدوّن العربي



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

ويُظهر الشكل الرقم (٣ ـ ١٩) تقارب كثافة حضور المدوّنات الخاصة، مع العامة في عموم البلدان العربي، مع وجود تفوّق واضح للمدونات الخاصة في كل من مصر والسعودية، على حساب المدوّنات العامة. ومن جهة أخرى، تحتل مصر نسبة كبيرة من الكثافة الديمغرافية للمدوّنات وبنسبة تقارب ٤٦ بالمئة من عموم مساحة التدوين العربي، بينما تأتي السعودية بالمرتبة الثانية، وبكثافة ديمغرافية تقارب ١٦ بالمئة من عموم مساحة التدوين العربي، في حين تتقاسم بقية البلدان العربية رقعة جغرافية ضيقة تتراوح نسبها بين ١ ـ ١٣ بالمئة.

٣ ـ فضاء التواصل المغرّد

تتسم البيئة الاتصالية لموقع «تويتر» بكونها بيئة مفعمة بالتغيير، وتسودها موجات متناوبة من الفيض الاتصالي نتيجة لارتباط الخطاب المدوّن في التغريدات بجملة من الأحداث التي تتدرج من أحداث الحياة اليومية، إلى أحداث تتعلق بالرقعة الجغرافية التي يقطن فيها المغرّد، أو قد ترتبط بحدث عولمي يجذب الاهتمام ويشدّه نحو تدوين تغريدة تؤكد تفاعله مع الحدث.

وأدّت الميزات التي يتسم بها موقع تويتر دوراً فاعلاً في جذب نخبة من المستخدمين العرب لهذا الموقع خلال السنوات الأولى من انطلاقه، ثم ما لبث أن وجد الموقع إقبالاً متزايداً في الوطن العربي، بعد أن طارت شهرته بالآفاق خلال أحداث الربيع العربي، فأصبح أداة يحرص على استخدامها شريحة واسعة من المواطنين العرب. وقد وصل أعداد المستخدمين النشطين لهذا الموقع إلى ٣,٧٦٦,١٦٠ مستخدم في عموم وطننا العربي بالربع الأول من عام ٢٠١٣، حرصوا على إنشاء ٣٣٥,٧٩٢,٠٠٠ تغريدة سنوياً، أي بمعدّل ١٠,٨٣٢,٠٠٠ تغريدة يومياً.

ورغم تناقص نسبة سكان الخليج العربي بالمقارنة مع بقية المناطق الجغرافية للوطن العربي، فقد شغل مواطنوها حوالى ٧٤ بالمئة من عموم فضاء التغريدات العربية، بينما أتت منطقة العراق وبلاد الشام بالمرتبة الثانية، وجاءت بعدها شمال أفريقيا (انظر الجدول الرقم (٣ ـ ٥)).

الجدول الرقم (٣ ـ ٥)

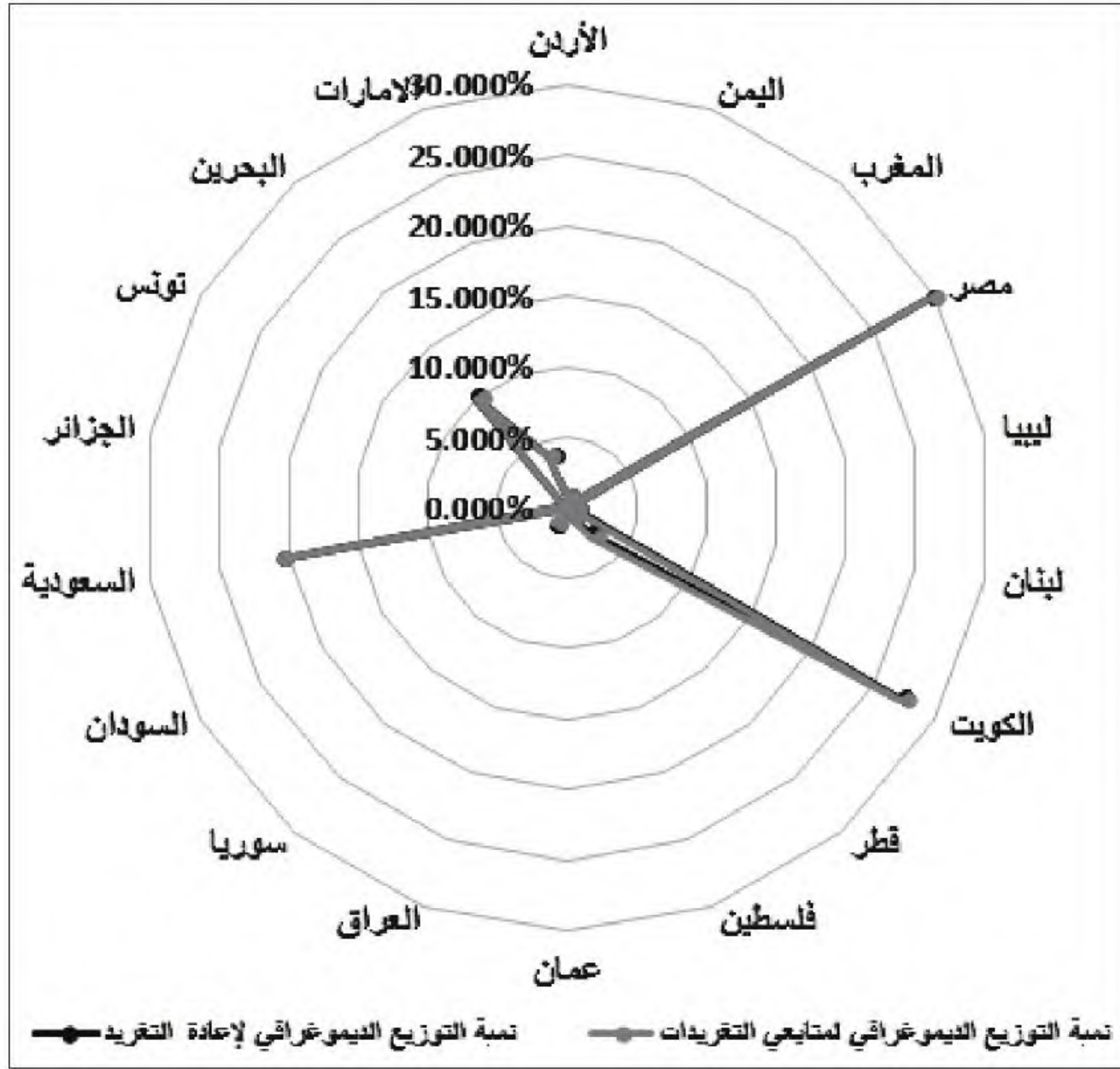
التوزُّع الديمغرافي للتواصل المغرّد بالوطن العربي

المنطقة	عدد المستخدمين النشطين	نسبة الدخول المناطقي (بالمئة)	نسبة الاستخدام المناطقي (بالمئة)
بلدان الخليج العربي	١,٦٠٦,٤٨٣	٣,٤٤	٧٤,٠٦
العراق وبلاد الشام	٤٨٩,٢٩٦	٠,٣٢	٢٢,٥٦
بلدان شمال أفريقيا	٦٢,٨٢٦	٠,٠٧	٢,٩٠
السودان واليمن	١٠,٤١٤	٠,٠٢	٠,٤٨

المصدر: *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013* (Dubai: Madar Research and Development, 2013).

وتختلف نسب التوزّع الديمغرافي للمغرِّدين على عموم مساحة فضاء التواصل المغرِّد بالوطن العربي، وقد تفوق المواطن المصري على بقية أقرانه من الوطن العربي بعد أن شكلت تغريداته حوالى ٣٠ بالمئة من عدد التغريدات التي أطلقها المواطنون العرب خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢، بينما جاء المواطن الكويتي بالمرتبة الثانية، وبنسبة بلغت ٢٧ بالمئة، ثم المواطن السعودي بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت ٢١ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٠)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٠)
نسب التوزُّع الديمغرافي للمغرِّدين العرب في فضائهم التواصلي



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).**

من جهة أخرى، يتباين النشاط التواصلي الذي يمارسه المغرّدون العرب، بين بلد، وآخر، الأمر الذي يبدو جلياً عند مراجعة ديمغرافية هذا النشاط التواصلي، على أساس عديد التغريدات التي ينشئونها في بيئتهم التواصلية، ونسبة مشاركة المواطنين المتواصلين، وجنسهم (انظر الجدول الرقم (٣ ـ ٦)).

ويبدو أن المواطن السعودي هو الأكثر تغريداً بين المواطنين العرب حيث بلغ عدد تغريداتهم خلال شهر آذار/مـارس من عام ٢٠١٤ حوالى ٢١٤ مليون تغريدة، شكلت ٤٠,٣ بالمئة من مجموعة التغريدات التي أطلقها المواطنون العرب خلال هذه المدة. وجاء المواطن المصري بالمرتبة الثانية بعد أن غرّد بحوالى ٩٣ مليون تغريدة، ثم المواطن الكويتي الذي بلغت تغريداته ٥٥ مليون تغريدة. وكان المواطن التونسي أقل المواطنين العرب إقبالاً على التغريد حيث لم يتجاوز عدد تغريداته ٣,١ مليون تغريدة.

الجدول الرقم (٣ ـ ٦)

جانب من الوصف الديمغرافي للتغريدات الرقمية المنبثّة في فضاء تواصل البلدان العربية خلال شهر آذار/مارس من عام ٢٠١٤

البلد	عدد التغريدات الرقمية	نسبة المشاركة (بالمئة)	نسبة الجنس (بالمئة)	
			ذكر	أنثى
الأردن	١١,٤٧٠,٠٠٠	٢,٢	٥٩	٤١
الإمارات	٤٦,٥٠٠,٠٠٠	٨,٨	٥٧	٤٣
البحرين	٦,٥١٠,٠٠٠	١,٢	٥٦	٤٤
تونس	٣,١٠٠,٠٠٠	٠,٦	٥٦	٤٤
الجزائر	٤,٠٣٠,٠٠٠	٠,٨	٥٥	٤٥
السعودية	٢١٣,٩٠٠,٠٠٠	٤٠,٣	٦٤	٣٦
السودان	٢,٣٨٧,٠٠٠	٠,٤	٧٣	٢٧
سورية	١٣,٩٥٠,٠٠٠	٢,٦	٧٠	٣٠
العراق	٩,٣٠٠,٠٠٠	١,٨	٧٢	٢٨
عمان	٧,٤٤٠,٠٠٠	١,٤	٧٠	٣٠
فلسطين	١٣,٩٥٠,٠٠٠	٢,٦	٦٤	٣٦
قطر	١١,١٦٠,٠٠٠	٢,١	٥٨	٤٢
الكويت	٥٥,٨٠٠,٠٠٠	١٠,٥	٦٤	٣٦
لبنان	١٨,٩١٠,٠٠٠	٣,٦	٥٢	٤٨
ليبيا	٣,٤١٠,٠٠٠	٠,٦	٧٠	٣٠
مصر	٩٣,٠٠٠,٠٠٠	١٧,٥	٦٥	٣٥
المغرب	٤,٣٤٠,٠٠٠	٠,٨	٥٢	٤٨
اليمن	١٢,٠٩٠,٠٠٠	٢,٣	٨٤	١٦
المجموع/المتوسط	**٥٣١,٢٤٧,٠٠٠**	**١٠٠,٠**	**٦٣,٧**	**٣٦,٣**

المصدر: *Citizen Engagement and Public Services in the Arab World: The Potential of Social Media*, 6th ed. (Dubai: Mohammed Bin Rashid School of Government, 2014).

أما على صعيد التوزيع الديمغرافي لجنس المغردين العرب، فقد تميز فضاء التواصل المغرّد بهيمنة ذكورية واضحة وبنسبة جاوزت ٥٢ بالمئة في معظم البلدان العربية، بينما فاقت ٧٠ بالمئة

في كل من: السودان، وسورية، والعراق، وعمان، وليبيا، بينما بلغت هذه النسبة ٨٤ بالمئة في اليمن.

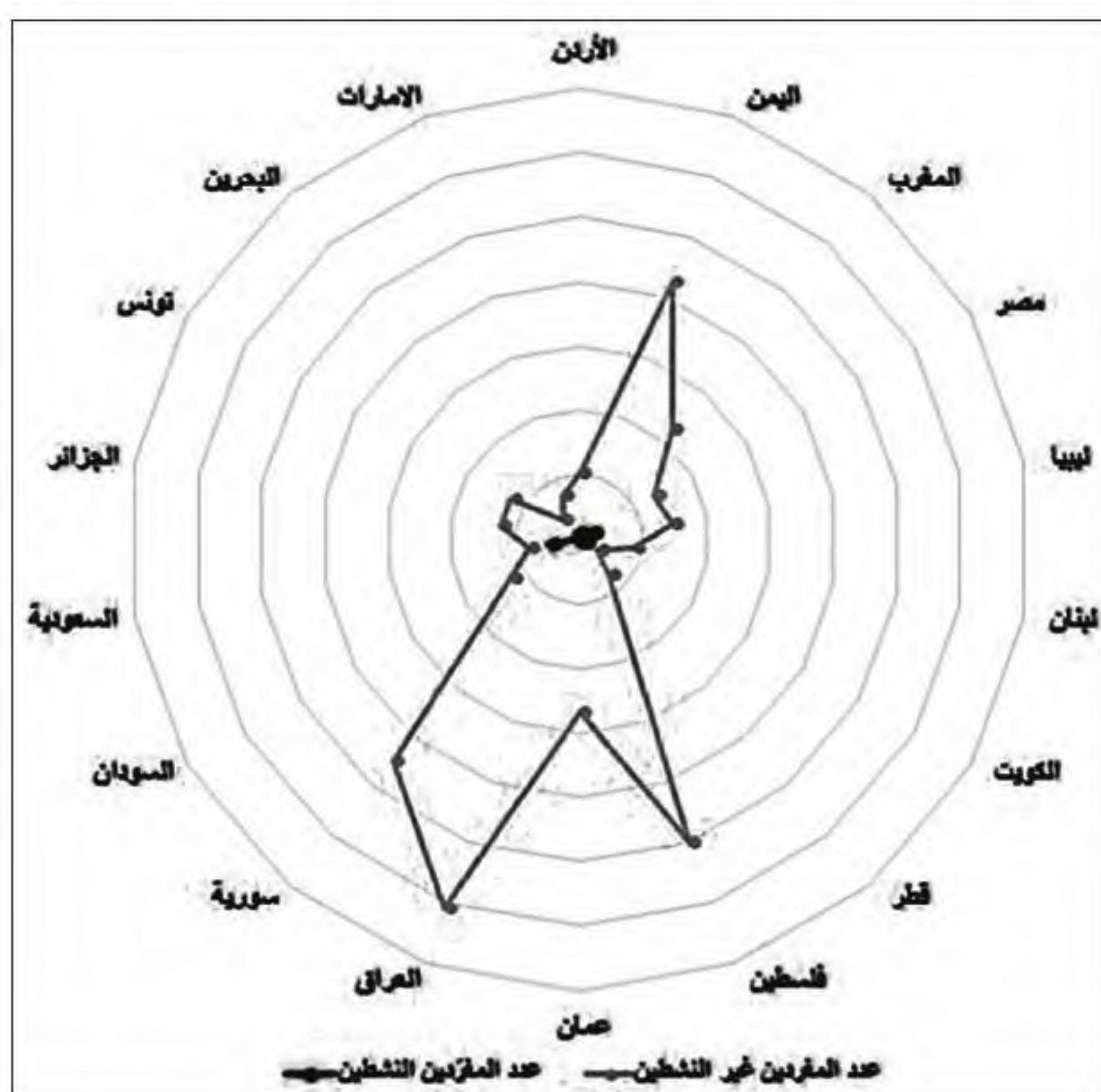
واستطاعت المرأة اللبنانية أن ترسّخ حضورها المغرِّد قبالة بقية المواطنات العرب، فبلغت نسبة مشاركتها ٤٨ بالمئة، وجاءت بعدها الجزائرية (٤٥ بالمئة)، فالتونسية (٤٤ بالمئة).

ولما كان الانتماء إلى التواصل بواسطة التغريدات مؤشراً مهماً على تفاعل الأفراد المقيمين في هذا الفضاء، حاولنا استقصاء نسب المغرّدين العرب «النشطين» قبالة «غير النشطين». ومما لا شك فيه أن نسبة المغرّدين النشطين تتراجع عند مقارنتها مع غير النشطين، ذلك أن الفئات التي تنتج الخطاب التغريدي تمثل نخبة من أعلام المجتمع الذين يمتلكون القدرة على تدوين تغريداتهم إزاء ما يدور حولهم، بينما يتابع بقية مستخدمي الموقع هذه التغريدات، ويسعون إلى نشرها في فضاء الموقع المنفتح على فضاء المعلومات العولمي.

ويبدو واضحاً من الوصف الديمغرافي للمغردين النشطين، وغير النشطين بفضاء التواصل العربي أن سمة النشاط بالتغريد تقتصر على عدد محدود من زوار موقع «تويتر»، حيث يتركز توزُّعهم الديمغرافي في حلقة ضيقة تتوطن قرب مركز الدائرة الديمغرافية لهذا المجتمع المتواصل رقمياً (انظر الشكل (٣ ـ ٢١)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢١)

ديمغرافية المغرّدين النشطين في فضاء التواصل العربي



المصدر: أُعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).**

٤ ـ فضاء جماعات التواصل المرئي

تتصف كل من مواقع «فلكر» (Flickr) و«إنستاغرام» (Instagram) و«يوتيوب» (YouTube) وغيرها من مواقع التواصل المرئي للأفلام الفيديوية، والصور، بكونها منصات لتطبيقات الويب التي تدعم المستخدمين في تقاسم الموارد المرئية، وتسخر لهم مجموعة من الأدوات التي تستقطب مئات الملايين من المستخدمين في عموم الفضاء الرقمي العولمي(١٧).

ولم يقتصر دور هذه المواقع على عرض الصور ومشاهدتها، ومختلف أشكال المؤثرات المرئية، بعد أن تحوّلت شيئاً فشيئاً إلى منصة للتواصل والتفاعل اليومي، بين مختلف رواد تطبيقات هذه المنصة، لإيصال خطاب متضمن في المادة المرئية، يحاول أصحابه توثيق علاقتهم بالآخر من خلال توليد بيئة تواصلية تمارس عملية ترسيخ القناعات، وتقارب الآراء بين رواد هذه المواقع من خلال المؤثرات المرئية(١٨).

ويختلف المناخ التواصلي في هذا الفضاء في كونه يستخدم المؤثر المرئي لاستثارة نمط مختلف من طقوس التواصل التي تذكي الذكريات والمشاعر نتيجة لما يطرحه المحتوى المرئي من مؤثرات. ولا يتطلب هذا النمط من التواصل إنتاج خطاب مباشر، وإنما يُعَدُّ مؤشر الإعجاب (الذي يمكن تتبع آثاره من خلال عدد الزيارات التي يقوم بها رواد الموقع) دليلاً على بلوغ الخطاب التواصلي الذي تضمنته مادة الوسائط التي استخدمت في الخطاب المطروح في المادة المرئية.

ويظهر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٢) التوزيع الديمغرافي لنسب مشاركة البلدان العربية في فضاء المؤثرات العربي. ويبدو واضحاً أن المواطن السعودي قد نجح في إنشاء قاعدة واسعة من المقاطع الفيديوية التي نجحت بالتوطن في فضاء المؤثرات المرئية ـ الرقمية، فبلغت نسبة مشاركته حوالى ٣٨ بالمئة، بينما جاء بالمرتبة الثانية المواطن المصري، والذي بلغت نسبة مشاركته حوالى ٢٥ بالمئة، أما بقية البلدان العربية فقد استوطنت مشاركاتها في رقعة تراوحت نسبة مشاركاتها بين ٢ ـ ٧ بالمئة.

وتميّز نمو المحتوى المرئي بمستويات نمو لافت على صعيد كمّ المادة المطروحة، وعدد القنوات المرئية التي أنشأها المواطنون العرب في الفضاء المرئي. لقد تزايدت أعداد المادة المرئية التي طرحت بهذا الفضاء خلال السنوات ٢٠٠٥ ـ ٢٠١٢ بنسبة قاربت ١١٢٧ بالمئة، بينما بلغت هذه النسبة على صعيد عدد القنوات المرئية حوالى ٦٩٠ بالمئة(١٩).

---

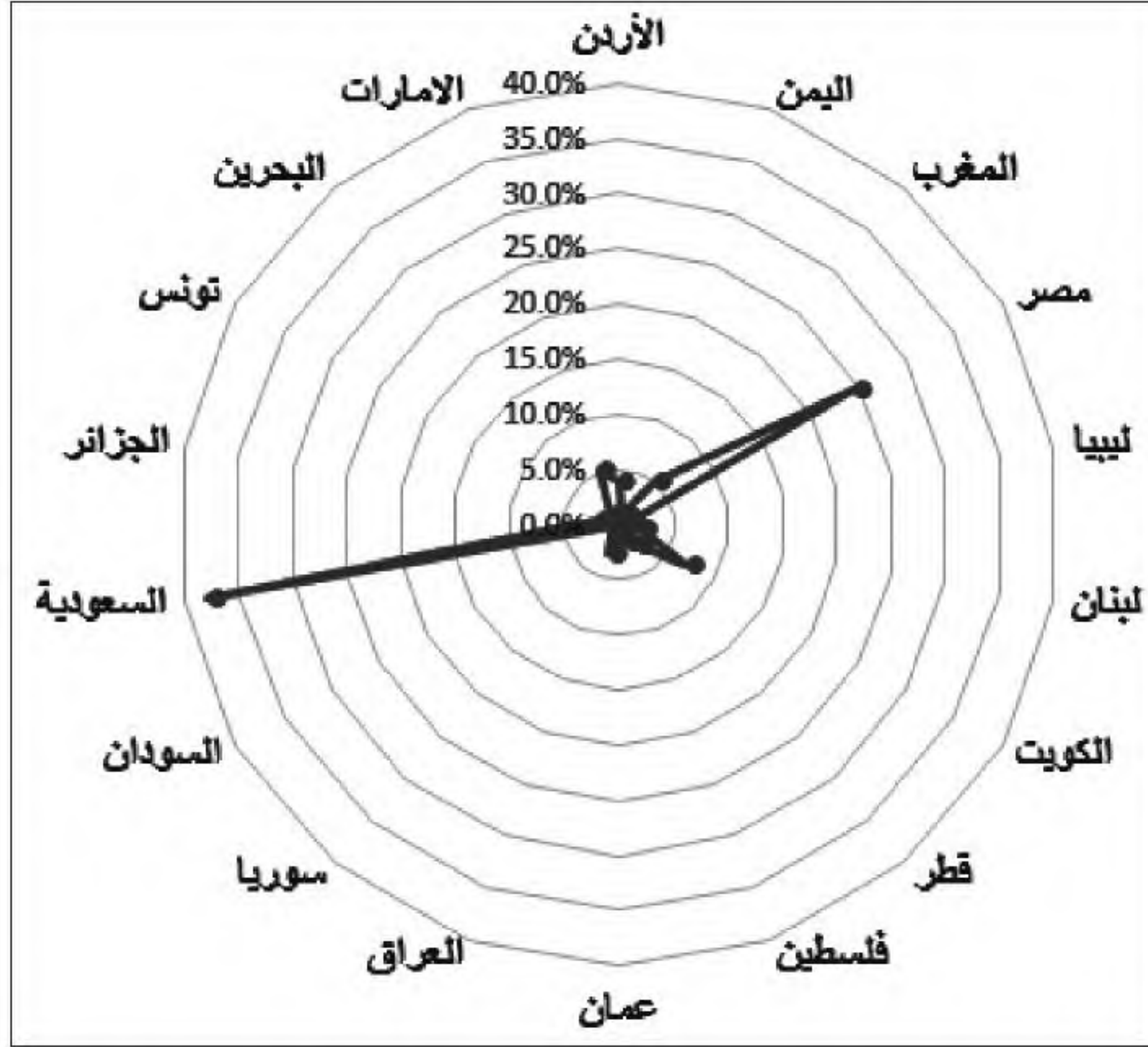
(١٧) Joan-Isaac Biel and Daniel Gatica-Perez, «VlogSense: Conversational Behavior and Social Attention in YouTube,» Swiss National Science Foundation the National Center of Competence in Research (NCCR) on Interactive Multimodal Information Management (IM), Switzerland, 2010), <http://www.idiap.ch/~gatica/publications/BielGatica-tomccap11.pdf>.

(١٨) Clement Chau, «YouTube as a Participatory Culture,» *New Directions for Youth Development*, no. 128 (Winter 2010), pp. 65-74.

(١٩) التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٢)

التوزُّع الديمغرافي لنسب مشاركة المواطنين العرب في فضاء المؤثرات الفيديوية عام ٢٠١٢



المصدر: أُعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: المصدر نفسه.

لقد بلغ حجم المادة المرئية ـ الفيديوية التي أنتجها المواطن العربي لترويج خطابه التواصلي، على المستويين العربي والعولمي، ما يعادل عملية البثّ المرئي لمدة ٥٤٤ مليون، و٦١٥ ألفاً، و١٧٩ ثانية من المادة المرئية. وقد توزعت هذه الثواني على مليون، و٣٩٦ ألفاً، و٦٠٩ أفلام ولقطة، صاحَبها تفاعلٌ من المشاهدين تضمن صور تعليقات بلغت ٩٦٠ ألفاً، و٨٨٥ مادة أعدت لبيان مستوى التفاعل مع مضامينها خلال السنوات ٢٠٠٥ ـ ٢٠١٢ [٢٠].

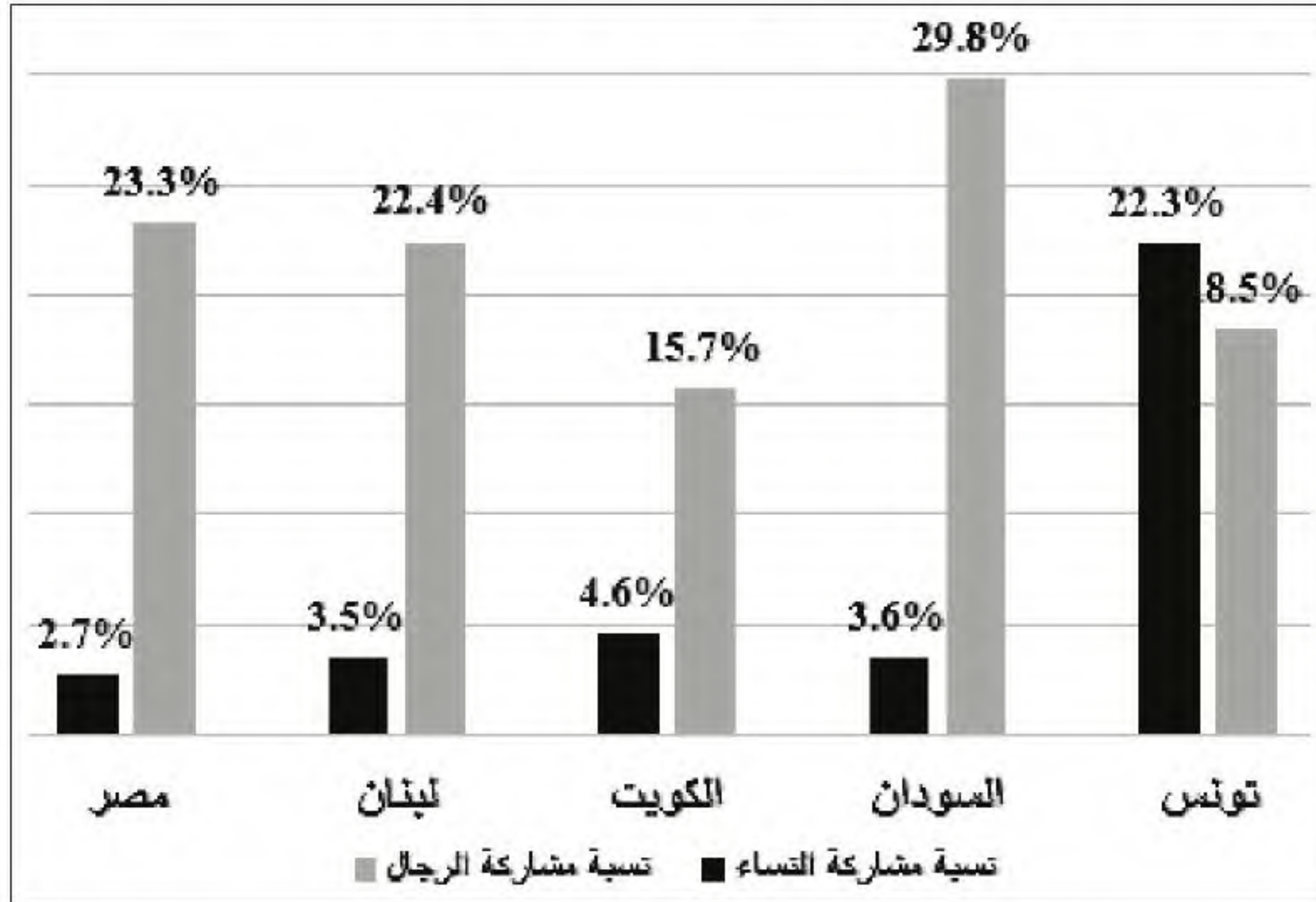
وقد تباينت نسب مشاركة النساء والرجال في إنتاج مادة التواصل المرئي، فأثبتت المرأة التونسية تفوقها على بقية النساء العربيات، بعد أن تفوقت على مشاركة الرجل التونسي. في حين تراجع إنتاج المرأة العربية للمادة المرئية في بقية البلدان العربية قبالة المادة الفيديوية التي ينتجها المواطن العربي (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٣)).

---

(٢٠) المصدر نفسه.

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٣)

ديمغرافية مشاركة الجنسين في إنتاج المادة الفيديوية بالفضاء التواصلي العربي



المصدر: أُعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: المصدر نفسه.

أما على صعيد التواصل، والتفاعل بواسطة الصور التي يلتقطها المواطن العربي، أثناء حياته اليومية، فقد استودع عدد كبير منها في مواقع «إنستاغرام» و«فِلِكر» و«تويتبك» (Twitpic) وغيرها من المواقع المتوافرة على منصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد بدأ فضاء التواصل بالصور بالنمو التدريجي في الوطن العربي وبدأت ملامحه بالتميز في بدايات عام ٢٠٠٤، فبدأت مادته الصورية بالتراكم التدريجي، وتعددت قنواته يوماً بعد يوم. وقد نجح فريق مؤسسة الفكر العربي باستقصاء أعداد هذه الصور فبلغت عند نهاية عام ٢٠١١ حوالى ٤٢١,٢٠٨ صورة استودعت في موقع «فلِكر»، و١٤٤,٤٧٥ صورة على موقع «تويتبك»، بينما عدد الصور التي استودعت في موقع «فورشِيرد» (4Shared) حوالى ٢٢,٥٩٢ صورة، توزعت على ٦٦,٥٠٧ قناة أو حساب(٢١).

٥ ـ فضاء جماعات المنتديات العربية

المنتدى الرقمي (e-Forum) عبارة عن موقع يستوطن بيئة الإنترنت، ويجتمع فيه مجموعة من المستخدمين من ذوي الاهتمامات المشتركة لتبادل الأفكار، وفتح أبواب النقاش حول مسائل تدور في فلك اختصاص المنتدى. وتنشأ عن عملية التواصل سلسلة من المشاركات، والردود حول

(٢١) المصدر نفسه.

مواضيع النقاشات، والتي تسهم مع مرور الأيام بنمو المحتوى الرقمي للمنتدى، مع تنويع أبوابه وأقسامه.

وتتطلب عملية الانتماء إلى المنتدى التسجيل بالموافقة على الشروط التي تبناها أصحاب المنتدى بوصفها ثوابت ينبغي على الأعضاء الالتزام بها، أثناء حضورهم في بيئته الرقمية.

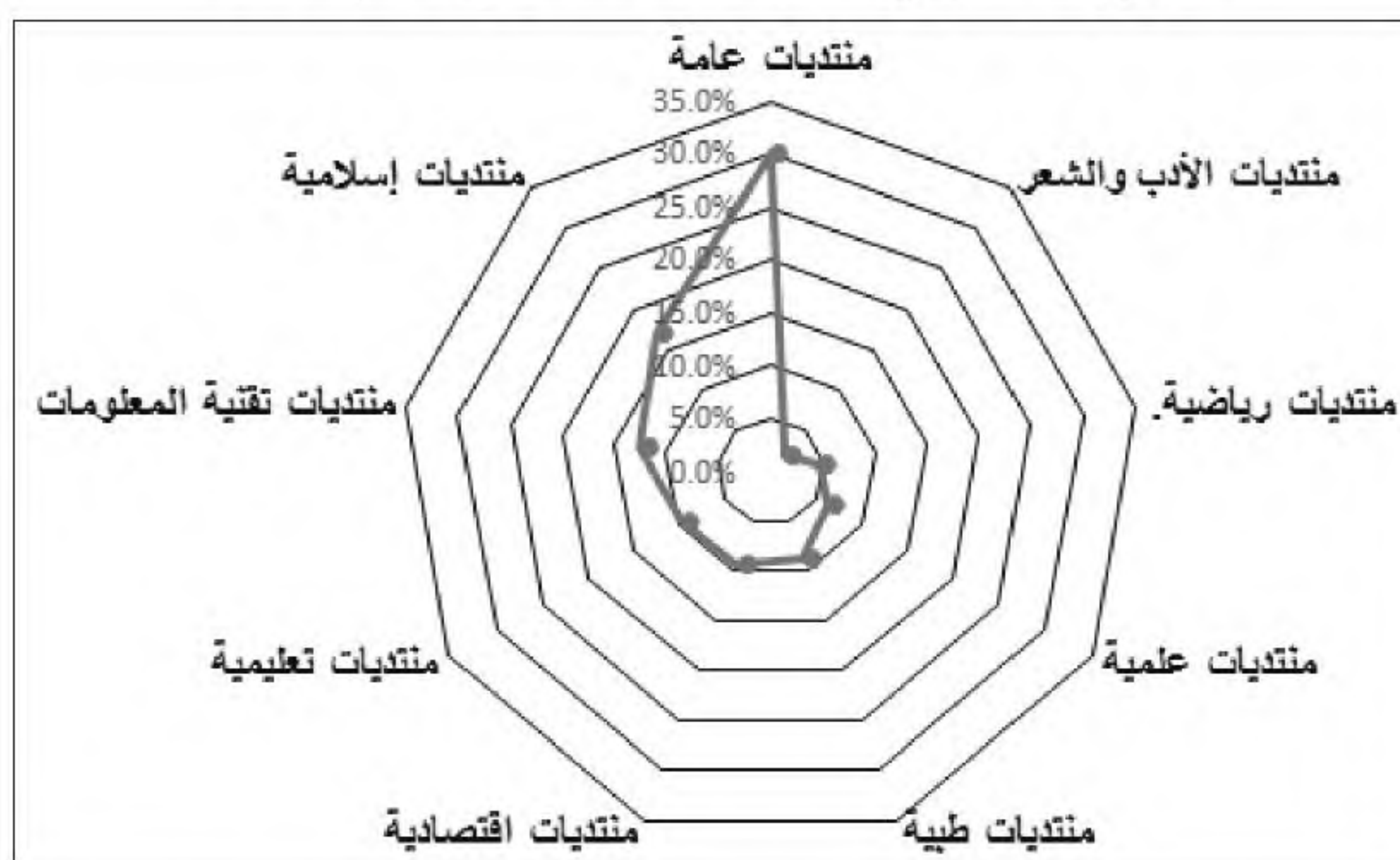
توجد فئات متعددة للمنتديات العربية، تجمع تحت مظلتها خريطة باهتمامات المستخدمين، وتوجهاتهم العقدية، والثقافية، والسياسية، والاجتماعية.

وقد لقيت بيئة المنتديات الرقمية إقبالاً واسعاً لدى المواطن العربي، فكانت وسيلة لتعميق التواصل بين الجماعات التي تتقارب أفكارها، وترغب في توثيق عرى التواصل والتفاعل مع أقرانها.

ورغم الصعوبات البالغة التي قد تقف عائقاً امام إحصاء أعداد هذه المنتديات، ولململة فئاتها المتنوعة، فقد بذلنا ما في وسعنا لتشكيل خارطة أولية تصف ديمغرافية اختصاصات أهم المنتديات العربية المقيمة في بيئة التواصل العربي، فحصلنا على خريطة أودعناها في الشكل الرقم (٣ ـ ٢٤).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٤)

التوزّع الديمغرافي لنسب المنتديات العربية عام ٢٠١٤



المصدر: أعد الباحث الشكل من البيانات التي جمعت من مواقع المنتديات العربية خلال عام ٢٠١٤.

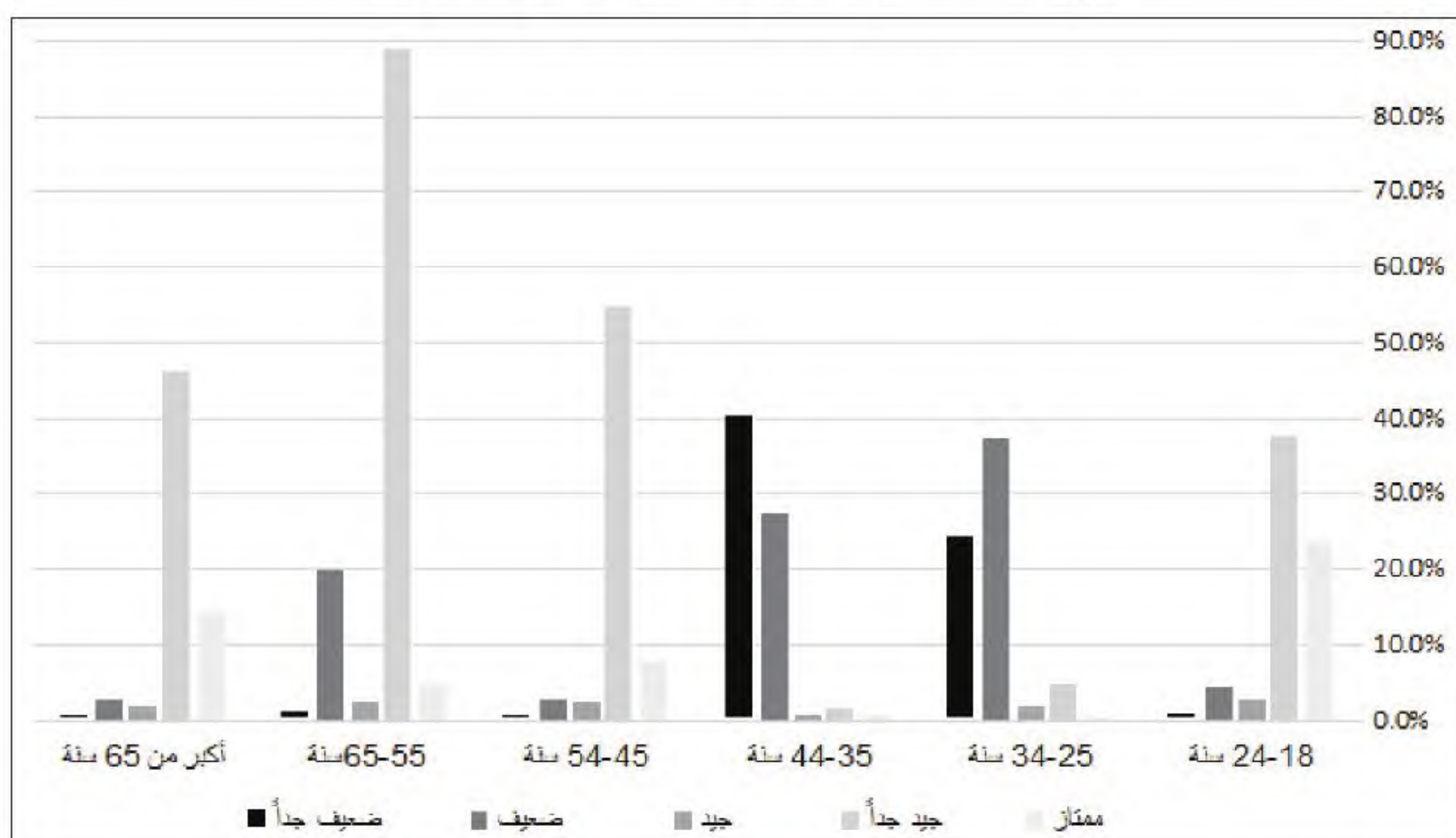
ويبدو واضحاً أن الفضاء التواصلي العام هو من أكثر الفضاءات جذباً للتواصل والتفاعل بين مواطني الفضاء العربي، حيث بلغت نسبة حضوره الديمغرافي حوالى ٣١ بالمئة، ويأتي بعده بالمرتبة الثانية، فضاء التواصل الإسلامي، بما يضمه من قنوات تعالج مسائل عقدية، وأخرى فقهية، ومسائل تخص علوم التفسير، وعلوم الحديث ومصطلحه، حيث بلغت نسبة حضوره حوالى ١٨ بالمئة، بينما تأتي منتديات تقنية المعلومات والاتصالات بالمرتبة الثالثة، وبنسبة قاربت ٧ بالمئة. أما

بقية فئات المنتديات فقد تراجع حضورها الديمغرافي بحيث استقرت ضمن دائرة نسبوية لم تفلح ببلوغ نسبة ٥ بالمئة.

أما على صعيد ديمغرافية مشاركات الفئات العمرية المختلفة في المادة التواصلية التي تبث في المنتديات العربية، فيمكن قراءتها من بيانات الشكل الرقم (٣ ـ ٢٥).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٥)

مستويات مشاركة الفئات العمرية المختلفة
في الأنشطة التواصلية بالمنتديات العربية الرقمية



المصدر: أُعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)**.

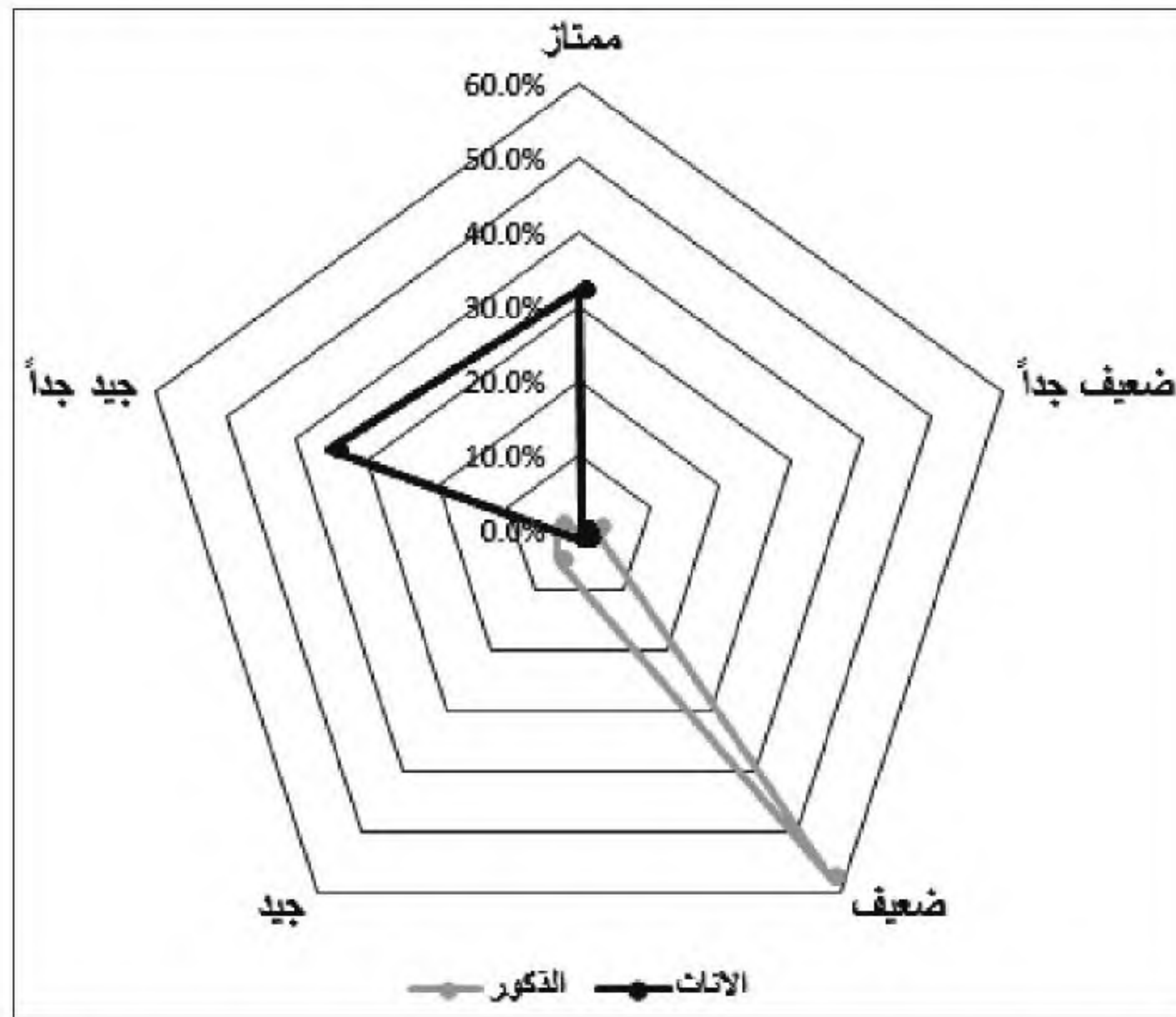
ويبدو أن مستويات المساهمة قد تباينت بشكل ملحوظ بين هذه الفئات، فنهض أفراد الفئة ١٨ ـ ٢٤ سنة بإنتاج حوالى ٢٤ بالمئة من المحتوى الممتاز المودع في هذه المنتديات، بينما نجحت الفئة العمرية ٥٥ ـ ٦٥ سنة بإنتاج ٨٩ بالمئة من المحتوى الجيد جداً، أما المستوى الضعيف فقد تفردت فئة ٢٥ ـ ٣٤ سنة بإنتاج ٣٧,٤ بالمئة من مادته، أما فئة ٣٥ ـ ٤٤ سنة فقد أفلحت بإنتاج أكبر نسبة من المحتوى الضعيف جداً بعد أن بلغت نسبته في خطابها التواصلي حوالى ٤٠ بالمئة.

وكذلك اختلفت نسبة مشاركة الجنسين في أنشطة التواصل والتفاعل التي تتم أثناء المشاركة بهذه المنتديات (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٦)). وقد نجح الجنس الأنثوي في تحقيق مستويات متفوقة على صعيد التواصل والتفاعل مع عضوات المنتديات العربية، بعد أن حقق تفوقاً ملموساً

على صعيد إنتاج مضامين ممتازة بنسبة بلغت ٣٢,٣ بالمئة، وأخرى جيدة جداً بنسبة بلغت ٣٥,٣ بالمئة، بينما لم تتجاوز النسبة التي حققها الذكور في هذا المضمار ٠,٣ بالمئة، و٣,٢ بالمئة على التوالي، ونجح في إنتاج محتوى ضعيف تجاوزت نسبته ٥٧ بالمئة!

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٦)

ديمغرافية مشاركة الجنسين في التواصل والتفاعل بالمنتديات العربية



المصدر: أُعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من موقع مأرب للمحتوى الرقمي العربي. انظر: المصدر نفسه.

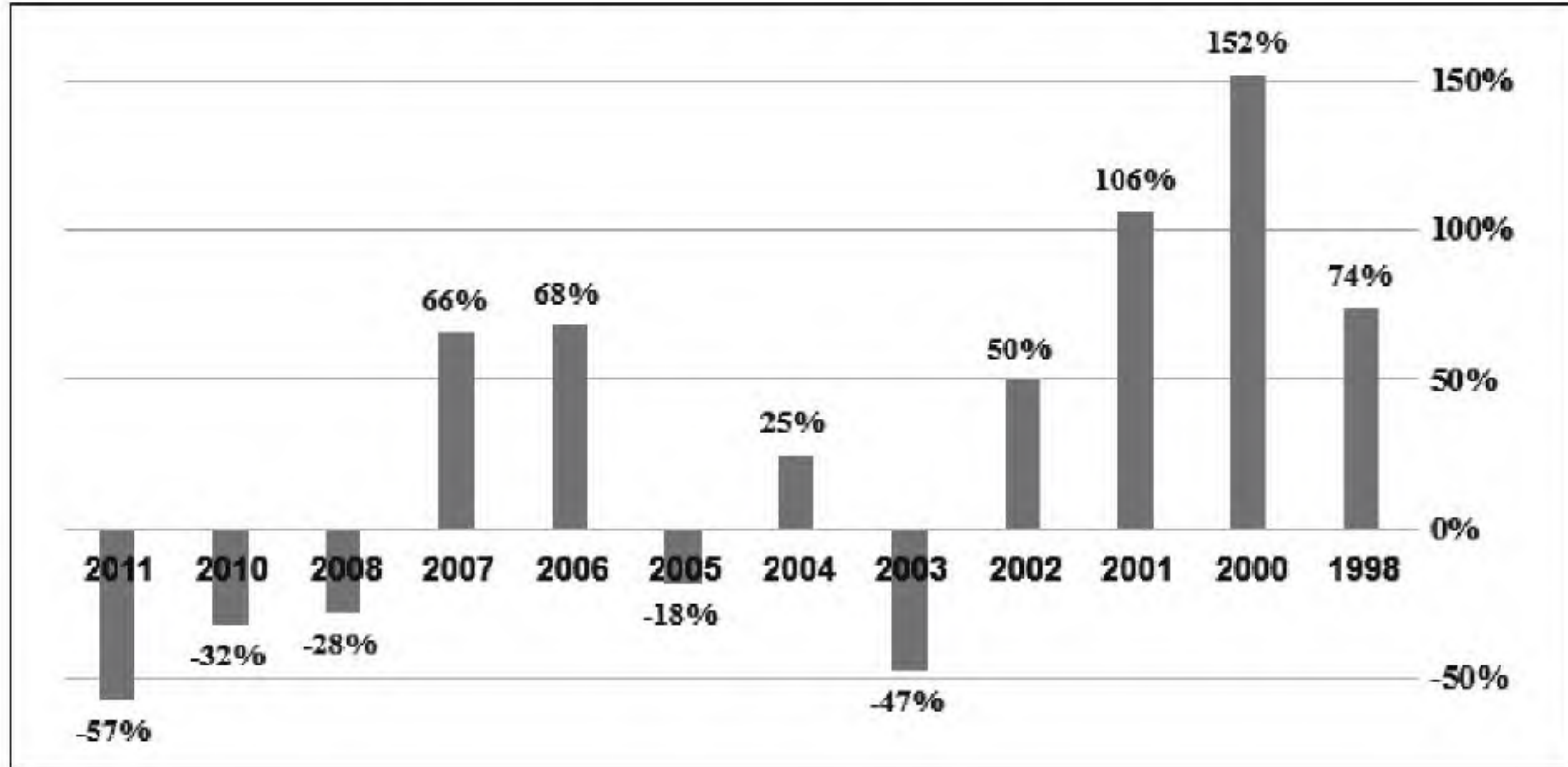
أسهمت المنتديات الرقمية في توفير مناخ تواصلي رصين بين المواطنين العرب الرقميين في النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي، فوصل عدد أعضائها عام ١٩٩٤ إلى ٢٥٦,٦٤٨ عضواً، ثم تطورت ونمت تدريجياً أعداد الأعضاء فبلغ مجموعهم التراكمي ٩١٧,٠٧٢,٣٠٧ عضواً انتمى إلى مختلف فئات المنتديات عام ٢٠١١[٢٢].

بيد أن تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي قد أسهمت في تراجع الدور التواصلي لهذه التطبيقات، فشهدت هجرة جماعية باتجاه مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة، فتراجع النمو السنوي الذي فاق نسبة ٣٣٧ بالمئة خلال السنوات ١٩٩٩ ـ ٢٠٠٤ قبل ولادة تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها ليصل إلى مرحلة النمو السلبي خلال عام ٢٠١١ بنسبة بلغت سالب ٥٧ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٧)).

(٢٢) المصدر نفسه.

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٧)

الوصف الديمغرافي لتراجع دور المنتديات العربية في عملية التواصل من خلال نسب النمو السنوي



وتؤكد هذه البيانات تراجع دور المنتديات العربية في عملية التواصل والتفاعل بين أفراد الفضاء الاتصالي العربي إلى المرتبة الثانية، الأمر الذي يثير قلقاً حقيقياً حول التضاؤل التدريجي للمحتوى الرقمي الرصين في مادة التواصل العربي خلال السنوات القادمة ما لم نشهد ولادة منصات جديدة توفر مناخاً ثقافياً جديداً.

٦ ـ فضاء الجماعات الاحترافية

تُعَدُّ شبكة «لنكد إن» الشبكة الاحترافية الأولى ضمن شبكات التواصل الاجتماعي التي تسعى إلى تنظيم حضور المتخصصين والاحترافيين ضمن شبكة توفر فرصة التواصل الاحترافي فيما بينهم، مع توفير مناخ مناسب للتواصل لتطوير أعمالهم، وإيجاد فرص لعمل مستقبلي يتوافق مع مهاراتهم وخبراتهم.

أنشئت الشبكة في نهاية عام ٢٠٠٢ بولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، وباشرت عملها في الربع الأول من عام ٢٠٠٣. وقد بلغ عدد الملتحقين بهذه الشبكة لغاية عام ٢٠١٤ حوالى ٣٠٠ مليون عضو محترف[٢٣].

وبدأ المواطن العربي في الالتحاق بفضاء هذا الموقع الاحترافي لبيان ما يمتلكه من خبرات احترافية، ولشغل موقع يناسب مهاراته وخبراته في عالم يعجّ بحمى التنافس للحصول على فرص عمل. وبلغ عدد الملتحقين بموقع «لنكد إن» حوالى ٥,٨ مليون مواطن عربي توزعوا في بلدان

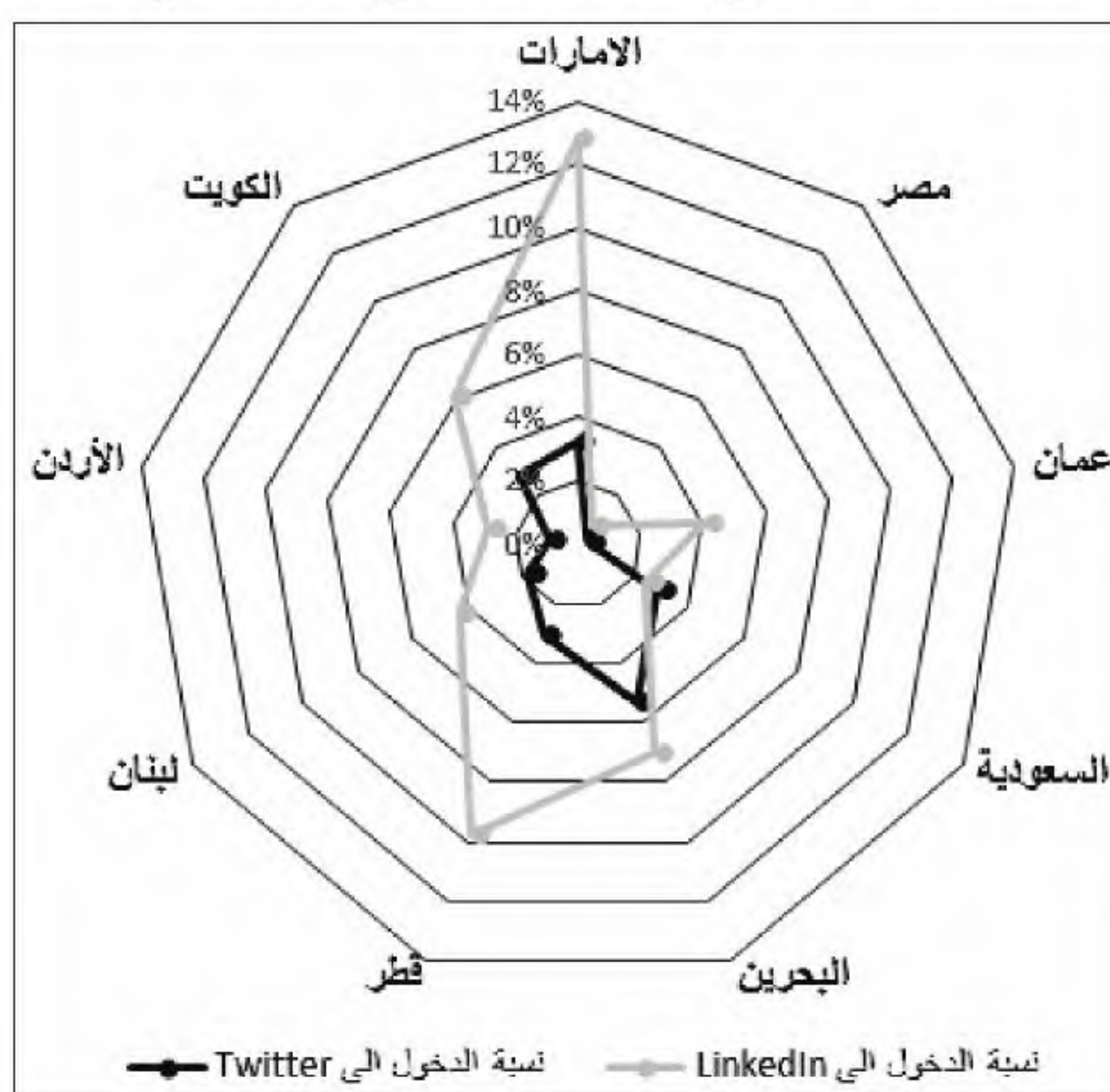
(٢٣) *ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013.*

تنشط فيها التجارة والأعمال، والمشاريع الاستثمارية، وفي أخرى تتوافر لديها موارد بشرية ماهرة، وتأمل الحصول على فرص مناسبة في بلدان أخرى[٢٤].

بصورة عامة بلغت نسبة تواصل المواطن العربي، من خلال هذا الموقع، حوالى ٦ بالمئة من نسب مشاركته في تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي بالوطن العربي. ويلاحظ في الوقت ذاته، أن نسبة الدخول إلى هذا الموقع قد تفوقت في أكثر من بلد عربي، على نسبة دخول موقع «تويتر» الذي يتسم بشعبية كبيرة، في إشارة إلى وجود أنشطة احترافية لدى المواطنين، مع عدم كفاية الفرص، كما الحال عليه في تونس، والجزائر، ومصر، أو لوجود أنشطة استثمارية كبيرة، كما الحال في الإمارات، والكويت، والبحرين، وقطر، وعمان (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٨)).

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٨)

مقارنة بين نسب الدخول إلى موقع «لنكد إن» وموقع «تويتر» في بلدان عربية منتخبة



المصدر: أعد هذا الشكل من البيانات المتوافرة للعام ٢٠١٤ على الموقع: «Social Media Usage in Middle East-Statistics and Trends,» <http://www.go-gulf.ae/blog/social-media-middle-east>.

وقد تجلت آثار هذه النزعة على التوزيع الديمغرافي للفئات العمرية التي التحقت بالفضاء التواصلي لهذا الموقع، فتفوقت الفئة التي تتراوح أعمارها بين ١٨ ـ ٣٤ عاماً، على فئة ما فوق ٣٥ عاماً (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٢٩)).

---

(٢٤) «Social Media Usage in Middle East-Statistics and Trends,» <http://www.go-gulf.ae/blog/social-media-middle-east>.

فتجاوزت نسبة حضورهم التواصلي في هذا الموقع على ٦٠ بالمئة في البلدان العربية المنتخبة، ويلاحظ تجاوز بعضها على نسبة ٨٠ بالمئة في كل من عمان، ومصر، والأردن، والجزائر، وتونس، والمغرب.

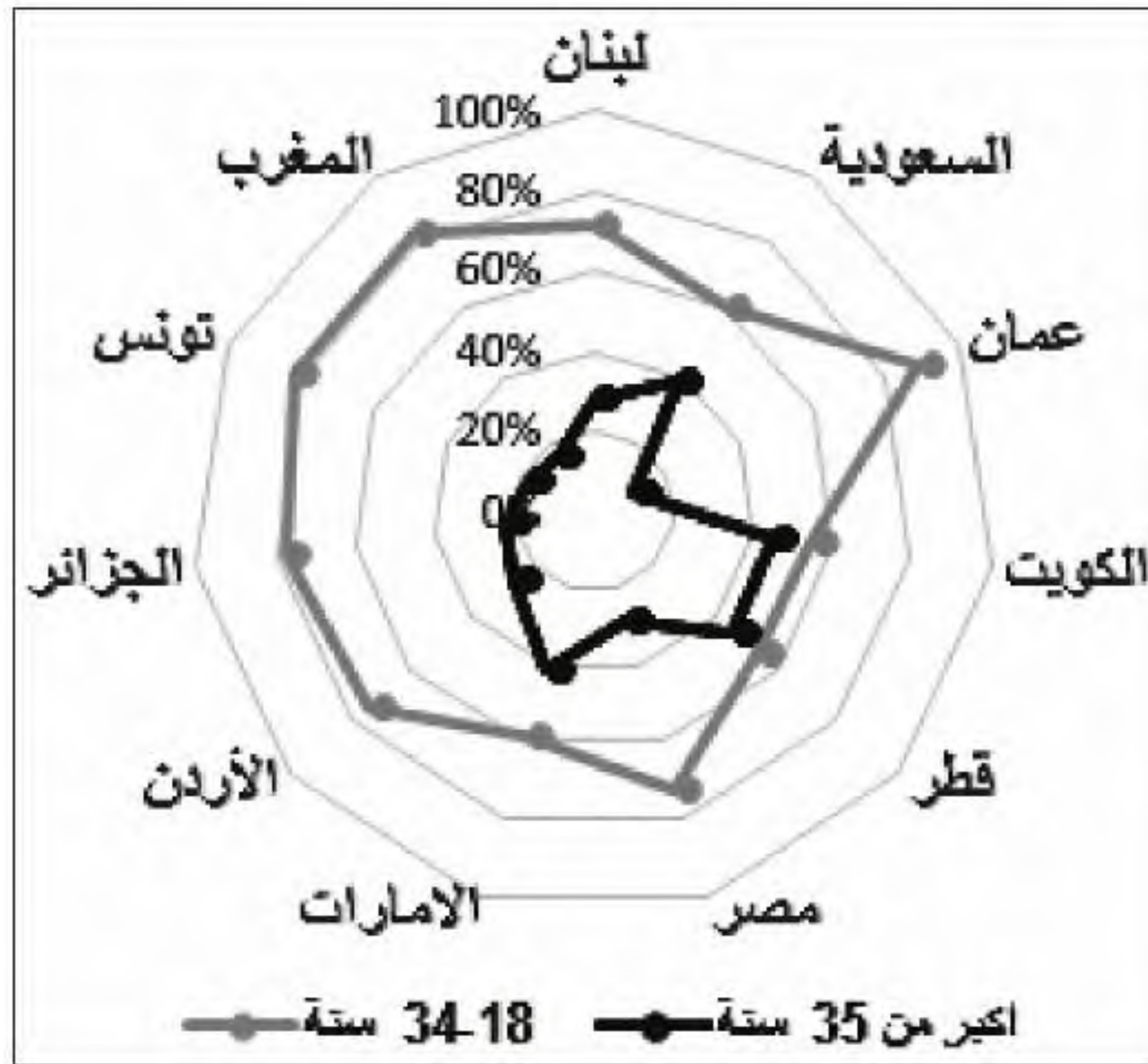
وعلى صعيد آخر، ويتفوق الذكور على الإناث في استخدام هذا الموقع للتواصل الاحترافي مع أقرانهم، في عموم الوطن العربي (انظر الشكل الرقم (٣ ـ ٣٠)).

ويزداد التباين بشكل ملحوظ في بلدان مثل: السعودية، وعمان، والكويت، وقطر، حيث تتجاوز فيها نسبة مشاركة الذكور ٧٥ بالمئة، بينما يتناقص الفرق لدى الدول الأخرى، والتي لا تقل عن ٦٠ بالمئة بأي حال من الأحوال.

أما بالنسبة إلى المشاركة النسوية التي تقل عن ٤٠ بالمئة في جميع الحالات فتبلغ ذروتها في لبنان، وتونس، والجزائر، بينما تبلغ قمة تراجعها في السعودية.

الشكل الرقم (٣ ـ ٢٩)

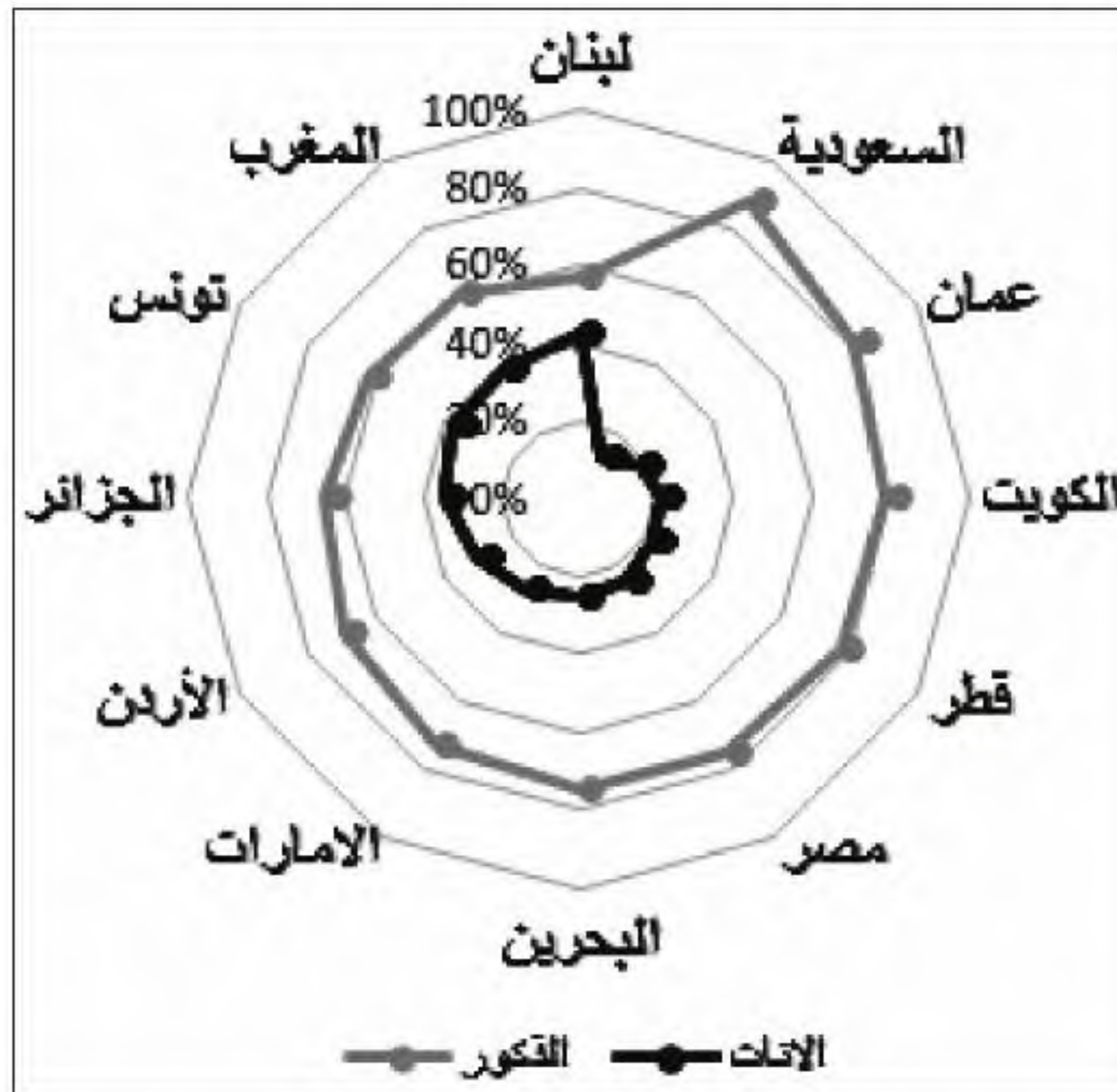
التوزُّع الديمغرافي للفئات العمرية المتواصلة من خلال شبكة «لنكد إن» الاحترافية في بلدان عربية منتخبة



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: *Citizen Engagement and Public Services in the Arab World: The Potential of Social Media.*

الشكل الرقم (٣ ـ ٣٠)

التوزُّع الديمغرافي لمساهمة الجنسين الذين يتواصلون من خلال موقع «لنكد إن» في بلدان عربية منتخبة



المصدر: أعد الشكل من البيانات التي تم الحصول عليها من: المصدر نفسه.

الفصل الرابع

المحتوى المعرفي لفضاء التواصل العربي

مقدمة

تتألف شبكات التواصل الاجتماعي من مجموعة عقد، تستوطن نسيجاً شبكاتياً يعبر عن حضور مجموعة من الأفراد، والجماعات، والكيانات المؤسساتية التي ترتبط فيما بينها بوشائج تواصلية.

وينشأ عن تعدد مسارات العلاقات الرابطة بين كياناتها، وتداخلها، بروز أنماط متعددة يمكن أن تعبّر عن طبيعة أنماط التواصل التي تسري بين هذه الكيانات، وتكشف اللثام عن طبيعة النزعات الاجتماعية التي تسود في بيئتها.

ويتعمّق الدور الذي تمارسه الجهات الفاعلة في إحداث تشكيلة متنوعة من المجاميع التي تلبث في البيئة الرقمية لشبكات التواصل الاجتماعي. وبات يطلق على هذه المجاميع اصطلاح الجماعات المتخيّلة، أو «عناقيد التواصل الاجتماعي» (Social Clusters). وقد أضحت هذه الجماعات، والعناقيد، هدفاً مباشراً للدراسات المعاصرة لتحديد خصائص النسيج المجتمعاتي، والكشف عن طبيعة سلوك جماعاته، والبوح بماهية النزعات السائدة فيه.

وتتسم بيئة شبكات التواصل الاجتماعي بتلاحق التبدلات الحاصلة في مادة النسيج الرابط بين عقدها، مع الصيرورة المتواصلة في إحداث عقد، أو بناء علاقات مستجدة نتيجة لولادة كيانات اتصالية جديدة، أو نتيجة لالتحامها مع جماعات تشترك معها بقواسم مشتركة. في المقابل، قد يشهد كيان الشبكة انحسار، وضمور، كيانات أخرى، أو ارتحال بعض أفرادها وجماعاتها نحو تقاسم رقعة رقمية أخرى مع عنقود تواصل اجتماعي ترعرعت نبتته في تربة مفاهيمية انصبغت مادتها بأفكار ومبادئ جديدة.

إن تعَقُّد مادة نسيج شبكات التواصل الاجتماعي، وتداخُل الخيوط الرابطة بين عقدها المتكاثرة، باتا يشكلان تحدياً كبيراً أمام من يروم سبر ماهيتها، والتي ترتبط، إلى حد كبير، بالصيرورة المستديمة في مادة هذا النسيج نتيجةً لالتحام بعض الجماعات المتخيّلة، مع بعضها، أو انقسامها على ذواتها لتنتج جماعات جديدة.

ويلاحَظ أن رقعة الفضاء التواصلي لشبكات التواصل الاجتماعي قد بدأت بالتوسع داخل حدود بيئة الإنترنت، بعد أن تعددت استخداماتها، وتكاثرت تطبيقاتها، فلم يعد استخدامها مقتصراً على إدامة التواصل مع أفراد الأسرة، والأصدقاء، حيث تحولت تدريجياً إلى فضاء موازٍ لتفاصيل حياتنا اليومية، تحفل بجميع مفردات الحياة اليومية؛ فمن خلال مواقعها تمارَس أنشطة الإدارة والأعمال، ويتلقن التلاميذ دروسهم، وبدأت تتكدس الكتب والمطبوعات على صفحاتها، وينعق الناعقون بأفكارهم الجديدة، ويدعو الدعاة إلى مذاهبهم وتوجهاتهم. وقد لا نكون مبالغين إذا ذهبنا إلى أن فضاء شبكات التواصل الاجتماعي أضحى أشدّ زحمة من فضاء حياتنا الواقعية، بعد أن توافرت للمستخدم فرصة إنشاء أكثر من صفحة، تعبّر كلٌّ منها عن جزء من اهتماماته ونزعاته.

أولاً: أنواع الشبكات الاجتماعية المقيمة في فضاء التواصل

تتباين أشكال الشبكات الرقمية التي تقيم في فضاء التواصل والتفاعل الرقميين، وتستمد حضورها من الخدمات والأدوات الاجتماعية التي توفرها للمستخدمين في سبيل محاكاة النسيج الاجتماعي لحياتنا اليومية. وقد برزت عدة تصانيف لهذه المواقع والتطبيقات البرمجية بحسب هوية الشبكة والأهداف التي تروم تحقيقها، أو بحسب هوية أعضائها واهتماماتهم، أو بحسب معماريتها الرقمية، ومعايير أخرى.

١ ـ أنواع الشبكات بحسب صبغتها الاجتماعية

بصورة عامة، تقسّم الشبكات الاجتماعية (بحسب الصبغة الاجتماعية للأفراد المنتمين إلى عضويتها) إلى خمسة أصناف[1]:

أ ـ شبكات تعنى بالأفراد

وتضم مجموعة من مواقع الويب الرائجة، والتي تمارس دور منصّة رقمية لبناء شبكة من الأصدقاء والزملاء. وتصنف منصة شبكات تُعنى بالأفراد (Egocentric Networks) ضمن

---

(١) Matthew Fraser and Soumitra Dutta, *Throwing Sheep in Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World* (London: Wiley and Sons, 2008).

المنصّات الافتراضية لإنشاء الهويات الرقمية، وتشكيل عناصرها، وإدارة وصف هذه الهويات من خلال تضمين مختلف أشكال المؤثرات المرئية.

ب ـ جماعات الويب

وتتألف جماعات الويب (Web Communities) من مجموعة من الأعضاء الذين يتمتعون بصلات قوية تنبع عن روابط إثنية، أو وطنية، أو دينية، أو اهتمامات واتجاهات مشتركة. وتمارس هذه الصلات دوراً جوهرياً في إعادة هيكلة وتشكيل أجزاء لا يستهان بها من الجماعات التي تحفل بها حياتنا اليومية. ويسود الإحساس بالانتماء والتقارب الحميم بين الأعضاء الملتحقين بهذه المواقع، بحيث ينشأ عنها شبكات اجتماعية ثانوية تلملم أفرادها بحسب الروابط التي تشد بعضهم إلى بعض.

ج ـ شبكات الويب النفعي

يتجمع أعضاء شبكات الويب النفعي (Opportunistic Web Networks) بناء على توافر صلات احترافية، أو أخرى عن مصالح التجارة والأعمال. وينتمي إلى هذه الفئة من الشبكات منصة الشبكة الاحترافية «لِنكدْ إن».

د ـ شبكات تعنى بالعواطف والأحاسيس

وتجذب هذه الشبكات التي تعنى بالعواطف والأحاسيس (Passion-Centric Networks) أفراداً تجمعهم اهتمامات وهوايات مشتركة. ويطلق على الكيانات الاجتماعية التي تتولد عن الحضور التواصلي في هذه الشبكات مصطلح «جماعات الاهتمامات المشتركة». وقد بُرِّر إطلاق هذا المصطلح على أفراد هذه الجماعات بسبب ارتباط تعريف الانتماء بهوية الاهتمام الجامع لأفرادها. وينتمي موقع «غود ريدز» (Good Reads) لهذا النوع من الشبكات الاجتماعية.

هـ ـ مواقع مشاركة الوسائط

لا تعتمد «مواقع مشاركة الوسائط» (Media-Sharing Web) الاجتماعية نهج العضوية وإنما تعتمد على المحتوى المرئي المطروح في فضائها الرقمي. فتجذب زواراً كثيرين، من مشارب واهتمامات مختلفة، حيث يجمعهم اهتمام بجمع ومتابعة المواد المرئية سواء كانت لقطات مصورة، أو مقاطع فيديوية. لذا لا نكاد نعثر على حضور شخصي لمستخدم وإنما مجموعة مساهمات تؤكد حضورها الاجتماعي عدد المشاهدات التي تُعَدُّ مؤشراً على مستوى التفاعل الاجتماعي مع مادة المحتوى المرئي المطروح فيها.

٢ ـ أنواع الشبكات بحسب دورها الاجتماعي

تختلف طبيعة الدور الذي تمارسه منصة الشبكات الاجتماعية داخل حدود النسيج الرقمي للمجتمع الشبكاتي. وقد قسمت هذه الشبكات بحسب الدور الذي تمارسه في المجتمع إلى فئتين أساسيتين[٢]:

أ ـ الفئة الأولى: شبكات تسلية

تكاد أن تعنى جلُّ منصات الشبكات الاجتماعية وتنتمي أنشطتها إلى ميدان التسلية وتزجية الوقت بأنشطة ترفيهية متنوعة. وتوفر هذه الفئة من الشبكات مجموعة متنوعة من الأدوات ضمن بيئة جاذبة لكل ما هو ممتع ومُسَلٍّ من الممارسات الاجتماعية التي يمتلكها أعضاء الشبكة أو زوارها. وتعد شبكة «فايسبوك»، و«ماي سبايس» (Myspace) مثالاً حيّاً على هذه الفئة من الشبكات الاجتماعية.

ب ـ الفئة الثانية: شبكات التجارة والأعمال

ويتركز الاهتمام والأنشطة الاجتماعية التي تسري في هذه الفئة من الشبكات، وتحرص على تقارب وتوثيق الصلات بين المتخصصين والخبراء ممن يعملون بمختلف ميادين التجارة والأعمال وتهيئة مناخ تواصلي لتضافر الخبرات، وتحقيق نجاحات ملموسة في بيئة أعمالهم. ويتركز اهتمام هذه المواقع بعناصر الخبرة، والإنجازات التي حققها أعضاؤها في بيئة التجارة والأعمال، والتي تُعَدُّ مؤشراً مهماً، وعنصراً جاذباً للعلاقات المحتملة مع بقية أعضاء الشبكة، أو زوارها.

٣ ـ معمارية منصات الشبكات الاجتماعية

أسهم نظام Web 2.0 في إحداث طفرة نوعية في الخطاطة المعلوماتية للإنترنت؛ فأسهم في تحويل المستخدم من مجرد مستهلك للمادة الرقمية المطروحة على مواقع الويب (يقرأ، وينصت، ويراقب، ويبحث في المادة الرقمية، أو يتسوّق من السلع المطروحة في مواقع التسوّق الإلكتروني) إلى عضو فاعل يقوم بإنتاج مادته الرقمية من خلال (إضفاء صبغة شخصية إلى عناصرها، والمشاركة بمضامينها مع من يريد)، والتقاسم بمواردها من خلال (الإسهام بتحريرها، ونشرها، ورفعها إلى مواقع المساهمة الرقمية)، وتنظيم مادة المحتوى من خلال (وضع إشارات تصنيفية، واقتراحات لتسهيل الوصول إليها)، والتواصل مع الآخرين، جماعات وأفراد من خلال (إرسال تعليقات، وإبداء الملاحظات، والدردشة)[٣].

---

(٢) المصدر نفسه.

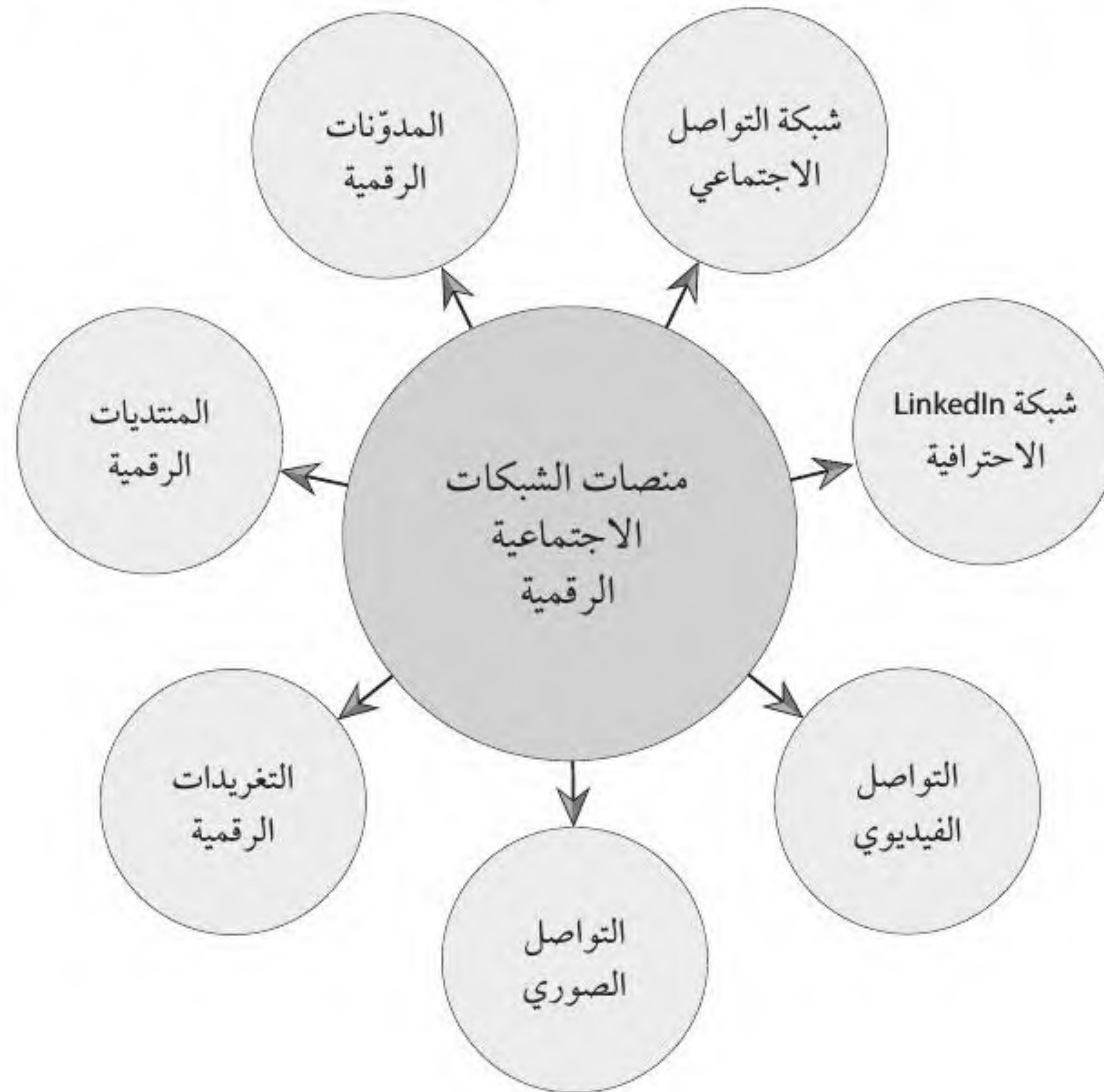
(٣) Siti Ezaleila Mustafa and Azizah Hamzah, «Online Social Networking: A New Form of Social Interaction,» *International Journal of Social Science and Humanity*, vol. 1, no. 2 (July 2011).

تحتوي منصات شبكات التواصل الاجتماعي على أدوات جاء بها نظام Web 2.0 والتي تتمتع بخصائص مميزة تدعم المستخدمين في التواصل والتفاعل، وتخلو من أية بنية أو هيكلية مسبقة تفرض على المستخدم الالتزام بمضامينها، أو تحديد أنماط ومسارات التواصل والتفاعل، ولا تحتوي على نهج انتقائي لهوية وانتماء المستخدمين، كما تتميز باستيعاب طيف واسع من البيانات الرقمية، سواء كانت نصّية، أو صورية، أو صوتية، فتستقبل جميع أشكال الخطابات الرقمية للمستخدمين الذين يرومون الوصول إلى فضائها الاجتماعي.

وقد جذبت هذه الميزات الفريدة الأنظار نحو تشكيل عناصر فضاء جديد، وحبك نسيج عقده، بواسطة مجموعة من العلاقات الرابطة لتوليد منصات رقمية لشبكات اجتماعية، تحاكي الشبكات الاجتماعية التي قد توغّل نسيجها في تفاصيل حياتنا اليومية، في محاولة لرقمنة مادتها ونقلها إلى فضاء الإنترنت المفتوح، وإنشاء فضاء تواصلي لشبكات اجتماعية متنوعة.

الشكل الرقم (٤ ـ ١)

منصات الشبكات الاجتماعية التي تؤلف فضاء التواصل الرقمي



تلتحق جميع منصات الشبكات الاجتماعية بقائمة مواقع الويب التي تنتشر بكثافة في فضاء الإنترنت الرقمي. بيد أن هذه المنصات تتمتع بخصائص تميزها من بقية المواقع، تتسم بصلتها الحميمة مع الشبكات الاجتماعية، وتضم مجموعة من الأدوات التي تدعم جميع أنماط أنشطة التواصل والتفاعل الاجتماعي المحتملة في الفضاء الرقمي الموازي لبيئة شبكات التواصل الاجتماعي التي تؤلف نسيج حياتنا الاجتماعية.

ويمكن لأي موقع في فضاء الإنترنت أن يعد موقعاً للتواصل الاجتماعي الآني متى اتصف بالخصائص الآتية(٤):

• يقوم بدور المحور الذي يستقطب مجموعة متنوعة من الأفراد الذين يرومون إنشاء علاقات جديدة، أو توثيق عُرى علاقات سابقة كانت تجمعهم في أوقات مضت مع أصدقاء أو زملاء دراسة، أو عمل.

• يحتوي على طيف واسع من الأدوات والخدمات التي يتشكّل منها وبواسطتها فضاء تواصلي متخيّل، يعمّق لدى المستخدمين الإحساس بالانتماء إلى جماعة تتسم بنكهة تواصل وتفاعل تقارب الإحساس الذي نعيشه في حياتنا الاجتماعية اليومية؛ فتتوافر لديهم فرصة التواصل فيما بينهم، والمشاركة وتقاسم معلومات قد تتضمن نصوصاً، أو صوراً، أو ملفات فيديوية تزيد مستويات تفاعلهم داخل حدود فضائهم التواصلي.

• يضم قائمة من الخيارات والأدوات الرقمية التي تمنح المستخدم فرصة إعداد سجله الشخصي ـ الرقمي، وإعداد قائمة للأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل، والالتحاق بمجموعة أو جماعة متخيّلة، أو مغادرتها متى أراد ذلك، والتحكّم بقواعد ومستويات التواصل مع الآخر بما يضمن تشكيل الإطار العام لخصوصية حضوره الاتصالي.

أ ـ مكوِّنات منصة الشبكة الاجتماعية

تتمتع كل منصة من منصات شبكات التواصل الاجتماعي بمعمارية برمجية تهيمن على إدارة أنشطتها المختلفة، وتراقب عن كثب سيل النبضات التواصلية المتدفقة في قنواتها الرقمية المنتشرة في النسيج التواصلي المعقّد. بيد أنها تجتمع بمجموعة من الخصائص العامة، والتي يمكن تمثيلها بنظام رقمي يتألف من مجموعة طبقات(٥):

(١) الطبقة الأولى: طبقة خزن البيانات: تتألف طبقة خزن البيانات (Data Storage Layer) من مركبتين: **الأولى** إدارة الخزن التي تكون مسؤولة عن خزن المعلومات التي تعود إلى المخططات الاجتماعية (Social Graphs) مع معالجة الزيادات المحتملة في أحمال قواعد بيانات الشبكة الاجتماعية. أما المركبة **الثانية** فيُطلَق عليها «مركبة مستودع البيانات»، والتي تتألف من المستودعات الرقمية المخصصة لخزن البيانات والعناصر الملحقة بخدمة الشبكة الاجتماعية. وتشمل هذه المستودعات مخازن الوسائط المتعددة، وقواعد البيانات، وقواعد معلومات المستخدمين، وغيرها من البيانات الرقمية التي تحفل بها بيئة الشبكة الاجتماعية.

---

(٤) George Pallis, Demetrios Zeinalipour-Yazti, and Marios D. Dikaiakos, «Online Social Networks: Status and Trends,» in: Athena Vakali and Lakhmi C. Jain, eds., *New Directions in Web Data Management 1*, Studies in Computational Intelligence; 331 (Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 2011), pp. 213–234.

(٥) المصدر نفسه.

(٢) الطبقة الثانية: طبقة إدارة المحتوى: وتنهض طبقة إدارة المحتوى (Content Management Layer) بإدارة ثلاث مهام أساسية، **المهمة الأولى**: الإدارة والإشراف على عملية دمج البيانات الواردة من المواقع النائية لشبكات المعلومات بواسطة مجمّع المحتوى، الذي يقوم بجمع، وتنظيم، المحتوى الرقمي المتدفق في قنوات الوسائط الاجتماعية، والعمل على توزيعه على بقية منصّات الشبكات الاجتماعية. أما **المهمة الثانية**: فتتضمن إدارة عملية إدامة وصيانة مخطط المحتوى الاجتماعي بواسطة مدير البيانات. في حين تتضمن **المهمة الثالثة**، التحكّم بعملية وصول المستخدمين إلى بيئة الشبكة الاجتماعية من طريق إنشاء، وإدامة، البنية الفيزيائية والبرمجية للتحكم بوصول المستخدمين.

(٣) الطبقة الثالثة: التطبيقات البرمجية: لما كان كل موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية قد وفّر حزمة من الخدمات الداعمة لمستخدميه، مثل: البحث في محتوى الموقع، ومتابعة التعليقات، والمواد الجديدة، الوصول الآني، وغيرها من الخدمات، فإن مهمة طبقة «التطبيقات البرمجية» (Application Layer) تكمن في توفير بيئة برمجية قادرة على دعم مختلف أشكال الأنشطة التواصلية التي تسافر في قنوات الشبكة الاجتماعية. وقد فرض تعدد الخطاب اللغوي المنبثّ في الشبكات الاجتماعية قيام هذه الطبقة بسلسلة من عمليات المعالجة التي تتضمن مجموعة من الخدمات اللغوية، التي تدعم مختلف أنماط الخطاب اللغوي الذي يسود في هذه الشبكات.

ب ـ آلية عمل منصة الشبكة الاجتماعية

تتألف بنية منصة كل شبكة من الشبكات الاجتماعية، من عدد من «الخوادم» (Servers) التي تُعنى بإدارة حزمة من التطبيقات. وتوفر التطبيقات مجموعة من الخدمات والخوارزميات البرمجية الداعمة لعمل المنصة ومطبقاتها المختلفة.

بصورة عامة، عندما يقوم مستخدم من مستخدمي الشبكة الاجتماعية بتمرير طلب إلى منصة الشبكة، تهرع أدوات المنصة بتمرير هذا الطلب إلى خادم التطبيق المناظر له.

ويتوافر في المنصة أداة موازنة الأحمال التواصلية، والتي تكون مسؤولة عن مراقبة خوادم التطبيقات، حيث تنهض بمهمة الموازنة بين الحمل المتوقع للطلبات، ثم تُوازن فيما بينها، وتُحدد أولوياتها قبل تمريرها إلى خوادم التطبيق المناظر. في المقابل، تقوم خوادم مخطط الشبكة بمتابعة وإدارة علاقات الروابط بين مستخدمي الشبكة. أما على صعيد توزيع مادة المحتوى الرقمي، فتقوم خوادم إدارة المستودعات بتسريع أداء تطبيقات الويب من طريق تخفيف الأحمال التي تنوء بها خوادم التطبيقات.

وتختلف آلية عمل منصات الشبكات الاجتماعية نتيجة لاختلاف نهج التعامل مع العلاقات الرابطة بين المستخدمين، ومستوى الثقة التي تسود بين مستخدميها، والتي تكون عرضة للتغيير

باستمرار. وتفرض هاتان الخاصيتان تبني جملة من المعايير على صعيد استبدال البيانات، والتكرار، وتوزيع الخوارزميات البرمجية الموجودة في الشبكة الاجتماعية.

أما بالنسبة إلى مستودعات البيانات الموجودة في منصات الشبكات الاجتماعية فتعمل بها بنهج مركزي، بينما تعمل الأخرى وفق نهج توزيعي. ويؤخذ على الشبكات الاجتماعية المركزية تراجُع مستوى حماية الخصوصية لأعضائها، مع النمو الكبير في هيكلة نسيجها الشبكاتي. في المقابل، فإن الشبكات الاجتماعية التي تعتمد النهج التوزيعي فإنها تتكئ على نطاقات إدارة متعددة المستويات، وتقوم خوادم التطبيقات بإدارة مهامها من خلال سطح مكتب الحواسب الشخصية للمستخدمين، ما يضمن رعاية الخصوصية وحماية تفاصيلها من التعرض لعمليات القرصنة أو الإفصاح.

بيد أن هذا النهج قد يتعرّض للنقد بسبب إمكان توقف الحواسب أو تعرُّضها للخلل، أو بروز الحاجة إلى إعادة تشغيلها، أو حصول انقطاع مفاجئ أو متكرر في الطاقة الكهربائية، الأمر الذي يُفقدها سمة الاتزان في الأداء، وديمومة الحضور الشبكاتي الذي تتسم به الخوادم العملاقة، أو البيئة السحابية العملاقة.

ثانياً: خطاطة الاتصال والتواصل

نكاد لا نتلمس فرقاً جوهرياً بين الاستعمال اللغوي للاتصال والتواصل، لأن كلاً منهما قد اشتق من الفعل الثلاثي «وصل». بيد أن لفظ الاتصال قد وجد له فرصة للاستخدام في البيئة الرقمية لأدوات الاتصال السلكي، واللاسلكي في بدايات القرن العشرين فارتبطت دلالة اللفظ به، بينما اقتصر استخدام مصطلح التواصل في ميادين علوم الاجتماع، ورقعة محددة من خطاطة علم النفس.

وكان للخطاطة الاتصالية، التي وَضع لبنتها الأولى «شانون» واستكمل بناءها «ويفر»، دور جوهري في إعادة تشكيل مفاهيمنا بصدد نقل المعلومات التي تتولد لدى المصدر، وتسافر نحو متلقٍ من خلال وسط بيني ناقل. لقد أصبحت النظرية التي أُحدثت في ميدان الاتصالات والإلكترونيات، دليلاً تسترشد به جميع الفئات التي تقيم في فضاء المعلومات المعاصر، عندما تود إيراد تفسير مقبول لسيرورة البيانات والمعلومات داخل حدود الفضاء الرقمي.

ولما كان اهتمامنا، في هذا الفصل منصباً على دراسة وتحليل خطاب التواصل الرقمي، وجدنا من الضروري فهم الخطاطة التي يرتكز عليها أنموذجه، والذي مرّ بسلسلة من التحوّلات ليتحول إلى أنموذج يصف ممارسة التواصل والتفاعل مع الآخر التي أضحت السمة المميزة لحضورنا المستديم في فضاء تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي.

١ ـ أنموذج «شانون» الاتصالي

بذل العالِم «شانون»، كل ما في وسعه، لإنشاء أنموذج رياضي يصف البيئة الاتصالية، ويحدد أسباب الضوضاء والتشويش التي تعتري الموجات الرقمية التي تسافر من مصدرها باتجاه المستقبل،

لتحسين أداء أجهزة الهاتف التي تنتجها شركة «بلّ» (Bell) الأمريكية؛ فنجح في إحداث أنموذج اتصالي، اتسم بقدرته على تفسير الكثير من الظواهر التي تجاوزت حدود فضاء الاتصال التناظري والرقمي، فوجد له مناخاً مناسباً في حقول الدراسات اللسانية، والمعلوماتية، والإعلام، والصحافة. ويكمن السبب الجوهري في نجاح هذا الأنموذج ـ وامتداد سلطته التفسيرية على مضمار واسع ـ في اعتماده على نهج بنيوي، أفلح من خلاله في تقسيم المجال الاتصالي إلى مجموعة من العناصر الأولية التي يمكن تشكيلها في وصف المناخ المثالي للاتصال، من جهة، وتحديد مناطق الخلل المحتملة التي قد تؤدي إلى إحباط سيرورة العملية الاتصالية، من جهة أخرى. وتألفت بنية الأنموذج من ثمانية عناصر منفصلة[٦]:

أ ـ مصدر المعلومات، وهو الشخص الذي قد أحدث خطاباً موجهاً إلى الآخر.

ب ـ الخطاب الذي قد يكون نصّاً منطوقاً أو مدوّناً يروم المرء إيصاله إلى الآخر.

ج ـ الناقل، وهي الأداة التي تنهض بمهمة معالجة مادة الخطاب، وتحويلها إلى نبضات تناظرية أو رقمية، يمكن أن تنتقل عبر شبكة الاتصال.

د ـ الإشارة التي تتولد عن عملية المعالجة التي مارسها الناقل، وتسافر خلال قناة الاتصال.

هـ ـ القناة التي يمكن تمثيلها بوسط بيني تنتقل من خلاله الإشارة من المصدر نحو المستقبل.

و ـ الضوضاء أو التشويش الذي يمكن تمثيله بموجات ثانوية التي تعتري عملية نقل الإشارة، فتؤثر سلباً في محتوى الخطاب.

ز ـ الأداة التي تستلم الإشارة المسافرة عبر قناة الاتصال.

ح ـ غاية الاتصال، وهو الشخص الذي سيتلقى مادة الخطاب فيستهلك مضامينه، أو يعالج بعض عناصره لإنتاج مفهوم محدث.

٢ ـ أنموذج «ويفر» التواصلي

التفت ويفر إلى البعد المعرفي الذي تضمنته نظرية «شانون» فطرح ثلاث مسائل حاول تبويبها في ثلاثة مستويات: **الأول**، يتعلق بمستوى الدقة المتوقعة لنقل الرموز المتضمنة في مادة الاتصال؛ **والثاني**، مدى قدرة الرموز على نقل المعاني المحمولة عليها؛ **وأخيراً**، حجم، وطبيعة، التأثير المتولد عن بلوغ الخطاب إلى المتلقي[٧].

وبدأ بمراجعة أنموذج «كلود شانون» مستبعداً مصادر توليد واستقبال الإشارات الإلكترونية المستقرة على مخططه بالنظير البشري لإنتاج الخطاب (الإشارة)، والمتلقي لمادته. وقد مثّل مصدر توليد المعلومات بمجموعة من الخطابات والرسائل المحتملة التي يميل المصدر إلى انتخاب

(٦) C. E. Shannon, «A Mathematical Theory of Communication,» *Bell System Technical Journal*, vol. 27, no. 3 (July 1948), pp. 379-423 and 623-656.

(٧) Richard B. Wells, «Weaver's Model of Communication and its Implications,» (2 June 2011), <http://www.mrc.uidaho.edu/~rwells/techdocs/Weavers%20Model%20of%20Communication%20and%20Its%20Implications.pdf>.

إحداها بقصد توجيه مضمونه نحو المتلقي المحتمل. ويصار إلى تعديل الخطاب بواسطة وحدة معالجة أطلق عليها اصطلاح التشويش الدلالي، والذي يعرّض محتوى الخطاب إلى التشويه نتيجةً لعملية تشفيره إلى نبضات قادرة على الانتقال عبر القناة الناقلة، من دون أن تحدث تأثيراً في وجهة سفره نحو المتلقي.

وبحسب نظرية ويفر سيكون لعملية التشفير دور المعلّم للمحتوى بعد أن تمارس دوراً دلالياً مضافاً نتيجةً لمعاودة عملية إزالة التشفير، وإعادة ترتيب المحتوى، بعد إزالة التأثيرات المشوّشة لكي يضمن بلوغ المحتوى كما هو إلى الجهة المتلقية. ولكي تُفلح عملية التواصل بين المرسل والمتلقي، ينبغي أن تتوافر لدى المتلقي مجموعة متنوعة من المبادئ التي تدعمها حصيلة لغوية/ دلالية تذلل أمامه عقبة فهْم المضمون المُوْدَع بالخطاب، ولا تميل به نحو معان لم يقصدها منتجه الأولي.

وجاء الكثير بعد «ويفر» ممن يعملون في مضمار تقنية المعلومات، أو علوم الاجتماع، فأضافوا الكثير إلى أنموذج «شانون» المعدّل على يد «ويفر»، ليتحول شيئاً فشيئاً من أنموذج يروم إنجاح عملية الاتصال بين مُصدر ومُستلم، إلى خطاطة تحاول توفير أرضية صلبة لتواصلٍ وتفاعلٍ حميمين بين أفراد يقطنون ضمن شبكة اجتماعية تقليدية، تحوّلت إلى شبكة تواصل اجتماعي رقمي.

وإذا كان اهتمام شانون منصباً على التقليل من مستوى التشويش المحتمل في مادة الإشارة المسافرة في قناة التواصل، فإن الاهتمام ينصبّ هذه الأيام على تأكيد حضور المعنى ذاته لدى المتلقي، مع الاحتفاظ بالدلالات المستوطنة في عناصره لضمان المستوى نفسه من التفاعل الحميم بينهما.

٣ ـ الإطار العام لخطاطة التواصل الرقمي

تفرض الخطاطات المعرفية سلطتها على منظومة تفكيرنا وتشدُّنا شيئاً فشيئاً نحو تبني نهجها في تفسير الحوادث التي تحفل بها حياتنا اليومية، بعد أن تكون قد استأثرت بتفسير جل الظواهر العلمية.

ورغم أن الأنموذج الذي وضعه كلود شانون قد وجّه جل اهتمامه لحل إشكاليةٍ تقنيةٍ ارتبطت بتصنيع الهواتف في النصف الأول من القرن العشرين، إلا أنها فرضت هيمنتها على مساحة واسعة من دائرة التأويل العلمي لظاهرة نقل المفردة المعلوماتية التي تسافر في الفيض الرقمي. وقد تعمّق تأثيرها، وازدادت أهميتها بعد أن تبوأت أدوات المعلومات والاتصالات المكانة التي أقصت الكثير من التقنيات الميكانيكية والإلكترونية التي برزت خلال النصف الثاني من القرن العشرين، وبداية الألفية الجديدة.

فهرع الجميع إلى تبني خطاطة الاتصال الجديدة، والتي افترضت وجود جهة مرسلة، وأداة إرسال، ووسط بيني ناقل، لضمان وصول الإشارة المرسلة إلى الجهة المتلقية. فتلقفها علماء العلوم

الحيوية، وعلماء الاجتماع، وعلوم إنسانية أخرى، بالحماسة نفسها التي لاقتها في ميدان التقنيات الإلكترونية والرقمية. وبدأ الجميع بعملية تنقير واسعة في الطبقات الجيولوجية لتربة علومهم في سبيل العثور على الوحدات الثمانية التي أكد حضورها أنموذج «شانون» الاتصالي، ومحاولة محاكاة سلوكها بالسلوك الذي تمارسه هذه العناصر في الأنموذج الاتصالي.

ومنذ أن صدع كلود شانون بنظريته الاتصالية، وهرع ويفر إلى إحداث نقلة لمضامينها من دائرة الاتصال الإلكتروني باتجاه دائرة العلوم الإنسانية، فقد سارع الكثير من العلماء والباحثين إلى استثمار عمق مضامينها المعرفية في إحداث تطبيقات تسللت إلى ميدان علوم اللسانيات والألسنية، وعلوم الاجتماع، فبدأت مصطلحات جديدة تطفو على سطح المناخ المعرفي، وحاول البعض إنتاج فرضيات، وصياغة نظريات مستجدَّة وجدت لها مرتعاً مناسباً للنمو في ظل الهيمنة المتنامية للمعلوماتية وفروعها المعرفية والتقنية على حد سواء. فولد تيار التواصلية لدى علماء الألسنية، واستحُدثت منصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة الإنترنت الرقمية بوصفها ثمرة من ثمار نظرية «شانون»، وتعديلات «ويفر» ذات البعد الإنساني.

٤ ـ عمليتا التواصل والتفاعل

وظف العرب حروف: الواو، والصاد، واللام، لتأليف لفظة «وصل» التي تدلّ على ضم شيء إلى شيء[٨]، والتواصل ضد التصارم، والوصل: الرسالة ترسلها إلى صاحبك[٩]. فارتبطت دلالة هذا الجذر الثلاثي، في معاجم لغتنا العربية بما يدلّ على الاقتران، والاتصال، وتوثيق الصلة، والجمع، والإبلاغ، والإعلام.

وإذا كانت اللغة لم تُقِم حداً فاصلاً بين الاتصال والتواصل لأن منشأ كليهما من جذر «وصل»، فإن الاصطلاح قد وضع بينهما حداً فاصلاً، بعد أن جعل من الاتصال وصفاً لعملية نقل باتجاه واحد، تنتهي ببلوغ الخطاب إلى المتلقي، بينما وسّع من دائرة الأحداث التي تتضمنها عملية التواصل، حيث يتفاعل المرسل مع المستقبل ضمن نسق اجتماعي محدد. فسيود فهم وتفاهم، وتكاثر بالمواقف المشتركة التي تثمر عن تقاسم المعرفة، وتبادل الآراء، واستثمار الخبرات.

وقد نشأ عن استعارة اللفظ إلى دائرة علوم التداولية، إلحاق الكثير من العموم والأجمال، إلى دلالاته اللغوية، فأضحى يرشدنا إلى معانٍ ثلاثة متمايزة فيما بينها[١٠]:

أحدها، نقل خبر إلى الآخر، بقصد توثيق الصلة، والاجتماع معه على أمر مخصوص، لأن الوصل لا يكون إلا بواصل، والواصل هنا هو الخبر الذي كان سبباً للصلة الحادثة فيما بينهما.

---

(٨) أبو حسين أحمد بن زكريا بن فارس، **معجم مقاييس اللغة**، تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون (بيروت: دار الفكر، ١٩٧٤).

(٩) أبو الفيض مرتضى بن محمد الزبيدي، **تاج العروس من جواهر القاموس** (بيروت: دار الهداية، ١٩٨٤).

(١٠) طه عبد الرحمن، **اللسان والميزان أو التكوثر العقلي** (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ١٩٩٨).

والثاني، نقل خبر إلى الآخر مع اعتبار مصدر الخبر، ويكون الإيصال في هذا المقام غاية لعملية التواصل.

والثالث، نقل خبر إلى الآخر مع اعتبار مصدره ومقصده، ويكون الاتصال مقصداً غاية لعملية التواصل في هذا المقام.

وتشيَّد أي فعالية تواصلية على حوار نشترك به مع الآخر. ويتميز الحوار بكونه مظهراً لفعالية خطابية تلتزم بنص استدلالي، ينضبط بالشروط التي تفرضها عملية التداول اللغوي[١١]. وتتركب مادة النص من بنية لغوية، تتألف من جملة، أو مجموعة من الجمل التي ترتبط فيما بينها بمجموعة من العلاقات التي تتولّد عنها المعاني المستوطنة في مادة النص الذي نروم تبليغه إلى الطرف الثاني من عملية التواصل. وقد وسّع البعض مجال النص فألحقوا به العلامات، والصور الرمزية، وذلك لاشتراكهم جميعاً بأداء الوظيفة التواصلية[١٢].

ولا تقتصر بُنية النص على إيراد سلسلة من الجمل المتتابعة، وإنما ينبغي أن تسود بنيتها الداخلية سمات الترابط والتماسك، بينما تهيمن على بنيتها الخارجية مجموعة متنوعة من العلاقات يحكمها السياق الذي يتلاحم مع البنية الداخلية، ويتكامل في توجيه مسار المعاني داخل حدود النص.

وتفرض عملية التداول اللغوي حضور لسان يتقيد بالقواعد النحوية، والصيغ الصرفية التي يسترشد بها في التعبير عن المضامين وتبليغ الآخر بما نريد. ولا يكتمل الخطاب ما لم يتضمن البعد الاجتماعي للحوار الذي نتوجه به إلى الآخر، في محاولة لترسيخ التقارب بوجهات النظر، في صيغ متوازنة، ومعتدلة، تستجيب لغاية التواصل في طلب الحقيقة، وتحصيل المعارف، وتقريب وجهات النظر.

ولكي نضمن مشاركة الآخر بتوجهاتنا، والإقبال على مبادئنا ومعتقداتنا، ينبغي أن تتوافر بين أيدينا أدوات ومعانٍ قادرة على جذب الآخر إلى الاقتناع بمادة خطابنا التواصلي بعيداً من الإكراه، أو القمع.

وقد افترض كل من مؤسس نظرية الاتصالات المعلوماتية شانون وزميله ويفر (Shannon and Weaver) وجود أربعة أركان لضمان نجاح عملية نقل البيانات بين المصدر والجهة التي يراد بلوغ البيانات الرقمية إليها. وقد حرصا على إرساء شروط دقيقة لضمان نجاح التواصل بين الطرفين، بحيث تنتقل البيانات بسلاسة بينهما، مع تأمين سلامة المحتوى من التشويش والتغيير، وكفالة ترجمة محتوى البيانات بواسطة الجهة المستلمة بحيث لا يحصل أي تغيير على قيمة المحتوى الأصلي[١٣].

---

(١١) طه عبد الرحمن، **في أصول الحوار وتجديد علم الكلام**، ط ٢ (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٠).

(١٢) بشرى البستاني، **التداولية في البحث اللغوي والنقدي** (لندن: مؤسسة السياب للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، ٢٠١٢).

(١٣) Shannon, «A Mathematical Theory of Communication».

وقد فرضت الخطاطة المعلوماتية نظريتها في التواصل الرقمي على كل من ميدان علم الألسنية، وعلم الاجتماع حيث ترعرع في تربته حقل الشبكات الاجتماعية الذي بدأ بمد جزء من نسيجه الشبكاتي نحو فضاء المعلومات. فعمد المتخصصون بهذين الحقلين إلى إعادة تشكيل عناصر الأنموذج الاتصالي الرقمي الذي خصص لوصف نقل النبضات الرقمية بين الكيانات الإلكترونية الصماء ليتوافق مع نقل خطاب تواصلي بين أفراد البشر؛ فتحوّلت عملية نقل النبضات الرقمية بين مرسِل ومستقبِل، إلى عملية نقل فحوى خطاب بين طرفي عملية تواصلية. وأضحت الأركان الأربعة تشمل: صاحب الخطاب (الكيان الناقل)، والخطاب (المنقول)، ومتلقي الخطاب (المنقول إليه)، وأداة النقل (التي أضحت الشبكات الاجتماعية تقوم بدورها هذه الأيام)(١٤).

إن الأصل في التواصل هو الحوار مع الآخر، فلا نتواصل إلا ونحن اثنان أو أكثر. والتواصل لا يكون إلا بين كيانين موجودين في فضاء المعلومات، يمارس **أحدهما** حرفة المنتج لخطاب موجّه نحو الآخر، بينما يقبل **الثاني** بمهنة تلقّي الخطاب، مع السعي إلى فك رموز عناصره، والكشف عن المعاني المستبطنة في مفرداته(١٥).

وعليه فإن الاتصال يعني غياب الوحدة، ووجود مظهر من مظاهر الاجتماع مع الآخر، لتشكيل نواة لجماعة متواصلة، قد تتسع حدودها لتسع المجتمع كله.

أما التفاعل فيعد مرحلة لاحقة لعملية التواصل الإيجابي والمثمر بين المتواصلين، ويتضمن سيرورة دائمة، ثنائية الاتجاه، تنتقل خلالها المعلومات بين طرفي عملية التواصل، ويصاحبها سلسلة من الممارسات الاجتماعية التي تزيد عمق الأُلفة نتيجة تتابع المخالطة بين أطراف التواصل، فيثمر عن ذلك اكتساب الخبرات، والمهارات، مع حدوث تدان ملحوظ في وجهات النظر، والنزعات الشخصية(١٦).

ثالثاً: مفهوم الخطاب التواصلي

يعد مفهوم الخطاب من المفاهيم التي كثر الاختلاف في تحديد معانيها ودلالاتها، نتيجة لتقارب حضوره الاصطلاحي مع منتجات لغوية أخرى، مثل: النص، والجملة(١٧)، عدم وضوح الفروق بين اللغة والكلام(١٨).

---

(١٤) عبد الرحمن، **في أصول الحوار وتجديد علم الكلام.**

(١٥) طه عبد الرحمن، **الحق العربي في الاختلاف الفلسفي**، ط ٢ (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٨).

(١٦) Fay Patel, Mingsheng Li, and Prahalad Sooknanan, *Intercultural Communication: Building a Global Community* (New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd., 2011).

(١٧) أحمد المتوكل، **الخطاب وخصائص اللغة العربية: دراسة في الوظيفة والبنية والنمط** (الرباط: دار الأمان؛ الجزائر: منشورات الاختلاف، ٢٠١٠).

(١٨) محمد محمد يونس علي، **مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب** (بنغازي، ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة، ٢٠٠٤).

فبينما تنتمي الجملة (التي هي كيانات لغوية مجرّدة) إلى حضيرة اللغة، بينما يطلق مصطلح النص على الإنتاج اللغوي الذي يتجاوز الجملة باعتباره سلسلة من الجمل المتعاقبة التي تحكمها الوحدة، ويضبطها الاتساق الموضوعي.

في المقابل، يُعَدُّ خطاباً كل ملفوظ/مكتوب تشكل عناصره وحدة معرفية تواصلية قائمة بذاتها[19]. ويمارس هذا التعريف دوراً فاعلاً في تحييد ثنائية جملة/خطاب حيث أصبح الخطاب شاملاً للجملة، كما اعتمد في الوقت ذاته التواصلية معياراً لحضور الخطابية، مع إقصاء معيار الحجم من عملية تحديد جوهر الخطاب، بحيث أصبح من الممكن أن يعد خطاباً، نص كامل، أو جملة، أو شبه الجملة.

وإذا كان الخطاب النصّي يتشكّل من أبنية لغوية تلتزم بسياق محدد يكشف عن دلالاتها، فإن بقية أنماط الخطاب قد تتألف من كيانات منطوقة، وأخرى مرئية تتمظهر وفق سياقات تتوافق مع متطلبات الإفصاح عن مضامينها لدى الجهة المتلقية[20].

وتصنَّف الخطابات وفق ثلاثة معايير أساسية: الموضوع، والبنية، والغرض التواصلي[21]. فبحسب موضوعها تنقسم الخطابات إلى خطاب ديني، وآخر سياسي، وثالث أيديولوجي، ورابع ثقافي...، وغيرها من أنواع الخطابات المرتبطة بالمواضيع المطروحة في مادتها. وتسهم البنية اللغوية في طرح أنماط متنوعة من الخطابات الفنية، والإبداعية، والأدبية. أما من حيث الغرض التواصلي فتبرز أمامنا عدة أنواع من الخطابات، منها: الخطاب السردي، والخطاب الوصفي، والخطاب الحجاجي، والخطاب التعليمي، والخطاب الترفيهي، وغير ذلك. ويمكن أن يكون الخطاب حواراً ثنائياً، أو جماعياً، أو حواراً مجرّداً لا يوجهه المرء إلا لنفسه، فيكون حواراً مع الذات.

ويعد كل خطاب أنموذجاً ذهنياً يشارك في إنشائه كل من المنتج والمتلقّي. ويتسم بالجزئية لأنه لا يعبِّر إلا عن جزء مقتطع من الواقع يتناسب مع غاية الخطاب، كما ويتصّف بصيرورة تفرضها كل مرحلة من مراحل التواصل مع الآخر[22].

ولما كان التواصل غاية أساسية للخطاب، فيتحتم تواصل مشاركين، هما منتج الخطاب ومستهلكه. وتتم عملية التواصل من خلال تمرير غرض تواصلي يصوغه المنتج جزئياً ضمن فحوى خطابه. وتتفاوت عملية تشكيل الغرض التواصلي بتفاوت الحصيلة المعرفية، والمخزون اللغوي المتوافر لدى منتج الخطاب. كما أنها تتطلب في الوقت ذاته توافر حصيلة وأدوات مقاربة لدى

---

(١٩) المتوكل، المصدر نفسه.

(٢٠) صلاح فضل، **بلاغة الخطاب وعلم النص**، عالم المعرفة؛ ١٦٤ (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٢).

(٢١) المتوكل، المصدر نفسه.

(٢٢) أحمد المتوكل، **قضايا اللغة في اللسانيات الوظيفية: بنية الخطاب من الجملة إلى النص** (الرباط: دار الأمان، ٢٠٠١).

المتلقي لضمان بلوغ فحوى الخطاب، وسلامة محتواه من التشويش نتيجة لتدني القدرة التأويلية لديه.

رابعاً: دور خطاب التواصل الاجتماعي في بناء حصيلتنا المعرفية

عندما نتحدث عن خطاب تواصلي، فإننا نقصد أساساً مجموعة من النصوص. والنص، في هذا المقام، رسالة تواصل أعدَّها أحد مستخدمي تطبيقات منصة شبكة التواصل الاجتماعي وأودعها في إحدى صفحات الموقع الاتصالي لتسافر باتجاه مستخدم آخر، أو مجموعة مستخدمين.

والاتصال بين المنتج والمستهلك (المرسل/المتلقي) إنما يتم عبر النص، سواء كان نصاً مدوّناً، أو منطوقاً، أو مرئياً، كما يتم التواصل بين المتكلم والسامع في حياتنا اليومية.

ولا بد من أن يسهم المتلقي، بدوره، إسهاماً ضرورياً في تحقيق هذا النمط من التواصل الاجتماعي. فكما أن منتج الخطاب قد عكف على إنشاء معنى موجّه، متوجهاً به نحو الآخر، فكذلك المتلقي يمارس عملية إعادة إنتاج المعنى من مادة الخطاب الذي بلغه عبر قناة التواصل.

فالمرسل قد يريد أن يطرح فكرة، أو يقدِّم وجهة نظر، أو ينقل خبراً حول حدث ما، وهذا خطاب، والمتلقي (سواء كان فرداً، أو جماعة) سيتلقى هذه المادة المعرفية كما سيستخلصها من محتوى الخطاب، بعد أن تقوم آلة الاستدلال المعرفي لديه بإعادة معالجة المضمون، وتأويله لتنتج خطاباً جديداً يلتحق بحصيلته المعرفية. إذاً فالجانبان ينشئان خطاباً، ما لهج به المرسل في مدونته الرقمية، وما قرأه المتلقي ونجح بإضافته إلى حصيلته المعرفية[٢٣].

فالخطاب من حيث هو مقول المرسل هو بناء من المفردات المعرفية (مهما كانت قيمتها في الميزان المعرفة الأصيلة)، سواء كان هذا البناء وصفاً لوجهة نظر يعبّر عنها استدلالياً، أو هي إدلاء عن مشاعر وأحاسيس، أو رواية لتفاصيل حدث استأثر باهتمامه، أو مجرد دردشة كلامية لتزجية وقت الفراغ. وستنصبغ مادة هذا البناء بطبيعة مواد البناء، وأدوات البناء الفكري التي تتوافر لدى المرسل من جهة، وأدوات المعالجة وإعادة البناء المتوافرة لدى المتلقي. ولا شك في أن المفردات الجديدة التي سترد إلى المتلقي، أو تلك التي يعيد إرسالها المتلقي نحو المرسل، ستضاف إلى الحصيلة المعرفية المتوافرة لدى كل منهما، وستسهم في سد الفجوات المفاهيمية لديهما، وتسهم بتغيير ملحوظ في الحصيلة الفردية أو الجمعية لرواد فضاء التواصل الاجتماعي.

وهنا يبرز دور المتواصل الرقمي العربي، لأنه لما كان كل بناء فكري يخضع لا محال، إلى قواعد تجعله قادراً على أداء وظيفته على المستويين الفردي والاجتماعي، فإن الخطاب يعكس كذلك مدى قدرة المواطن العربي على بناء مناخ تواصلي يتسم ببعد معرفي يمكن أن يسهم في بناء

---

(٢٣) باتريك شارودو ودومينيك منغنو، **معجم تحليل الخطاب**، ترجمه عن الفرنسية عبد القادر المهيري وحمّادي صمّود؛ مراجعة صلاح الدين الشريف (تونس: المركز الوطني للترجمة؛ منشورات دار سيناترا، ٢٠٠٨).

حصيلة معرفية تنهض بالمحيط المعرفي العربي نتيجة لوفرة الأدوات والآليات التي تدعمه في أداء مهمته، في حال التزامه بالقواعد التي يفرضها المناخ السليم للتواصل الاجتماعي، ونجاح عملية الإخبار، والإقناع، وانتخاب المفردة المعرفية التي تبني بدلاً من تلك التي تشوّش الفكر، وتقوّض بنيته المفاهيمية.

لقد حصر الجابري، أثناء تحليله الخطاب العربي المعاصر، قراءة الخطاب بحالتين[٢٤]:

الحالة الأولى: القراءة الملتزمة بمضمون الخطاب الذي يرد إليها، والتي تقبل، أو تريد الوقوف عند حدود التلقي المباشر، وتبذل ما في وسعها في أن يكون التلقي بأكبر قدر من الأمانة، مع مباشرة تدخل محدود جداً لمصلحة مادة الخطاب. وهذه القراءة تحرص على كتمان ما أراد النص كتمانه، بينما تشيع ما أراد إشاعته. وهذه القراءة يمكن أن نعدها قراءة سلبية تستنسخ المادة التي تردها، فتعيد إرسالها، أو تغريد مضامينها دون أن تعيد قراءتها، أو تضفي عليها بصمة معرفية جديدة. وقد نعتها الجابري باصطلاح «قراءة ذات البعد الواحد» لكونها تسعى جاهدة إلى تغييب حضورها في قراءة نص الخطاب بعد أن تبنت البعد ذاته الذي نادى به صاحبه.

ويشكّل المنتمون إلى هذا التيار السواد الأعظم من رواد شبكات التواصل الاجتماعي بالوطن العربي، وهم الذين ينطبق عليهم مفهوم مصطلح المتواصلين غير النشطين؛ فحضورهم يقتصر على المطالعة، أو إعادة نشر المادة، أو إعادة التغريد، أو إبداء إعجابهم بمادة مطروحة في مدوّنة، أو على ملصقة على فسحة من فسح حائط لمتواصل على صفحة فايسبوك.

الحالة الثانية: هي القراءة الواعية للخطاب والتدقيق في مراجعة مضامينه، والتي يريد صاحبها أن يسهم بوعي في إنتاج وجهة النظر التي استُودِعت في الخطاب، أو تتحمّلها مضامينه. لذا فلن يقتصر دور المتلقي في هذه الحالة على الوقوف عند حدود الإعجاب، أو إعادة النشر، أو إعادة التغريد، وإنما يريد إعادة بناء خطاب مبتكر يستثمر عناصر الخطاب في إنشاء محتوى أكثر تماسكاً، مع زيادة خصوبة معانيه، في أحد مجالاته التي تحملها مفرداته صراحة أو ضمنياً.

ويمكن أن يُكتب النجاح لعملية التواصل بين طرفَي الخطاب، متى تنسجم توجهات الطرفين، وتتقارب الآراء، وتستبعد التناقضات، لإنتاج محتوى معرفي جديد يضاف إلى الحصيلة المعرفية للمتواصلين، والجماعة المتخيّلة التي ينتمي إليها، وللمحيط المعرفي العربي.

ويشكّل المنتمون إلى هذا التيار نخبة من المتواصلين في فضاء التواصل العربي، ممن يُنعتون بالمتواصلين النشطين، الذين تتجلى بصمة حضورهم المعرفي على الخطابات المتولّدة عنهم، وتستأثر تغريداتهم باهتمام المغرّدين، وتسهم تعليقاتهم ومراجعاتهم الجدية في إعادة تشكيل الخطاب في كثير من المدوّنات العربية العامة، والمتخصصة.

---

(٢٤) محمد عابد الجابري، **الخطاب العربي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية**، ط ٥ (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٤).

خامساً: المادة المعرفية القاطنة في الخطاب التواصلي

شهد استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي إقبالاً كبيراً (على مستوى الأفراد، والجماعات، والمؤسسات) بوصفها إحدى الأدوات الفاعلة في إدارة الموارد المعرفية داخل حدود البيئات التعاونية، والنجاح في إحداث وتنمية مفرداتها داخل حدود البيئة الرقمية[٢٥].

وقد تنوعت صنوف تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، مع طرحها طيفاً رحباً من الخدمات والدعم على صعيد الإدارة التعاونية لمادة المحتوى الذي يطرحه المستخدمون في مواقعها. وبصرف النظر عن حجم وجودة المحتوى الرقمي للمعلومات المسافرة في تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، فإن جل المعلومات والمفردات المعرفية التي يتقاسمها مستخدمو هذه الشبكة، تنصبغ بصبغة اجتماعية. فتُستحدَث المعلومات و/أو المفردات المعرفية، وتُراجَع، وتحرَّر، ويصار إلى تقاسمها، وإبداء التعليقات والملاحظات بصدد مضامينها بواسطة المستخدمين الذين ينتمون إلى هذه البيئة الاتصالية[٢٦].

وتكمن الميزة الأساسية (لهذه الحزمة من التطبيقات) في قدرتها على دعم المساهمة التفاعلية، وإدارة المحتوى وصناعة المعاني والمفاهيم، والتواصل مع الآخرين، لتلبية رغبة المستخدمين في الالتحاق بمختلف أنماط الجماعات المتخيّلة، لغرض تحقيق أهدافهم الشخصية المختلفة[٢٧].

ويمكن لفضاء المدوّنات الرقمية العربية أن يؤدي دوراً مهماً في إدارة المعرفة في بيئة المحيط المعرفي نظراً لتوسع امتداد حضوره على مساحة واسعة من البيئة الاتصالية، ولما تتمتع به هذه البيئة التفاعلية من قدرات فريدة في نشر المعلومات، وإبداء الملاحظات، وطرح الارتباطات التشعبية، وتصنيف وأرشفة مدخلات المحتوى الرقمي.

ولقد أثبتت بحوث كثيرة قدرة المدوّنات الرقمية على إدارة مادة المحتوى المعرفي، وتنظيم مادته، وتنمية مفرداته، وتبادل الآراء، وتقاسم المعرفة من خلال الأدوات التي توفرها بيئته الاتصالية، إضافة إلى توثيق تنمية وإدامة العلاقات بين أفراد الجماعات التي تلتحق بفضائه المعرفي[٢٨].

---

(٢٥) Nicolette Bakhuisen, «Knowledge Sharing Using Social Media in the Workplace: A Chance to Expand the Organizations Memory, Utilize Weak Ties, and Share Tacit Information?,» (Master Thesis, VU University Amsterdam, Department of Communication Science, Amsterdam, Netherland, 2012), <https://www.inholland.nl/media/12103/masterthesisnicolettebakhuisen.pdf>.

(٢٦) Randolph Chun Ho Chan [et al.], «Knowledge Management Using Social Media: A Comparative Study between Blogs and Facebook,» *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 50, no. 1 (2013), pp. 1-9.

(٢٧) Jan M. Pawlowski and Henri Pirkkalainen, «Global Social Knowledge Management: The Future of Knowledge Management across Borders?,» paper presented at: Proceedings of European Conference on Knowledge Management-Spain, June 2012, <http://users.jyu.fi/~japawlow/Global%20Social%20Knowledge%20Management_ECKM2012_citation.pdf>.

(٢٨) Nancy van House, «Weblogs: Credibility and Collaboration in an Online World,» paper prepared for CSCW Workshop on Trust, School of Information Management and Systems, University of California, Berkeley, CA, 2004, <http://people.ischool.berkeley.edu/~vanhouse/Van%20House%20trust%20workshop.pdf>.

وتُعَدُّ ممارسات المدوّنين ونشاطاتهم مثالاً حيّاً على تحويل المعرفة الضمنية التي تستبطن في ذهن المدوِّن إلى معرفة صريحة يقوم المدوِّن بإدراجها في محتوى مدوَّنته الرقمية. فتصبح بعد حين مادة جاهزة للتقاسم مع من يشاطرونه البيئة الاتصالية ذاتها، أو تنتقل نتيجة للمراجعات والتعليقات التي يبديها زوّار المدوّنة إلى محتوى معرفي يضاف إلى حصيلة المحتوى الرقمي للمحيط المعرفي العربي(٢٩).

وبالرغم من الدور الكبير الذي يمارسه موقع التواصل الاجتماعي «فايسبوك» على صعيد توطيد الصلات الاجتماعية، وتوثيق عرى التفاعل بين مستخدميه من خلال تبادل المعلومات، والآراء، وإضافة التعليقات، وإبداء الملاحظات حول المضامين المطروحة على الصفحات الشخصية لمستخدميه، وما ينشأ عنها من تراكم لمحتوى رقمي ثريٍّ بالمعلومات والمفردات المعرفية، إلا أن دراسة الدور الذي يمكن أن يمارسه ضمن دائرة أنشطة إدارة المعرفة لا يزال منحصراً ببضع دراسات أجريت خلال السنتين الأخيرتين(٣٠).

وينطبق الأمر ذاته على التغريدات المتكاثرة في موقع «تويتر»، والمعلومات الاحترافية التي يتداولها مستخدمو موقع «لِنكِد إن». بينما تتفرد المنتديات العربية عن بقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي باحتوائها على كم كبير من المادة المعرفية الجاهزة، التي يمكن استثمارها بجهد أقل في توحيد مفرداتها، وإضافتها إلى المحتوى المعرفي الرقمي العربي.

وسنحاول أن نوظف أدوات التنقيب المعلوماتي، وسبر المحتوى المعرفي لتحديد الدور الذي يمارسه المتواصلون العرب أثناء تجوالهم بفضاءات تطبيقات منصة شبكات التواصل العربي، على صعيد إنتاج المفردات المعرفية، وتقاسم مواردها، واستيداعها في محيطنا المعرفي ـ التواصلي.

ونود التنبيه إلى مسألة مهمة في هذا المقام، ترتبط بالتعقيد الشديد الذي يغزو بنية فضاء المعلومات، نتيجة لكثرة العقد الرقمية التي تستوطن نسيجه الشبكاتي، ولتشابك الروابط التي تفصح عن مساراتنا المتكررة بين الارتباطات التشعبية التي تصاحب حضور المفردات المعرفية في هذا الفضاء الفريد، الأمر الذي سيلزمنا بتبني نقلة مفاهيمية فور قراءة البيانات الرقمية وتفسيرها (عند مناقشة مسألة المادة المعرفية المستوطنة في فضاء التواصل العربي ـ الرقمي).

فنحن أمام فضاء متعدد الأبعاد، وبمستويات قد تتجاوز أبعاد الفضاء الإقليدي الذي تعودنا التعامل معه، كما أن الإحصاءات (التي سنستخدمها لوصف تكاثر مفردات معرفية قبالة تراجع مفردات أخرى) ستعتمد النسب المئوية عند وصف وزن الحضور المعرفي لكل حقل من الحقول، بسبب التضخم الكمي في حضور المفردات، وبفضاء يكتظ نسيجه الشبكاتي بملايين العقد، ومليارات الارتباطات التشعبية. لذا فنحن بصدد قراءة معرفية وتحليل بنيوي، من نمط جديد،

---

(٢٩) Pinkie Anggia and Dana Indra Sensuse, «Analyzing the Benefits of Blog for Enhancing Knowledge Management among Bloggers,» *International Journal of Computer Science Issues*, vol. 10, no. 2(1) (March 2013).

(٣٠) Ho Chan [et al.], «Knowledge Management Using Social Media: A Comparative Study between Blogs and Facebook».

سيحتم علينا القبول بعرض أشكال ورسومات بيانية تنبسط عليها أشكال لم نألفها من ذي قبل، لغرض تقريب البنية الرقمية التي يتصف بها فضاء التواصل العربي إلى آلة فهمنا، والتي تعودت منذ مدة طويلة على التعامل مع بنيات أكثر بساطة، واتسمت بأبعاد وصفية محدودة، بالمقارنة مع البنيات المعقدة التي باتت تغزو فضاء المعلومات المتخيل.

١ ـ محتوى فضاء الجماعات المتواصلة

تعود البصمة الأولى للحضور العربي على صفحات موقع «فايسبوك» إلى عام ٢٠٠٧ حيث بلغ عدد حسابات المستخدمين العرب حوالى ٢٣,٩٧٩ حساباً[٣١].

وبدأ المحتوى التواصلي الذي يدرجه المستخدمون العرب بالنمو التدريجي، فبلغ حجم المحتوى الرقمي ١٥,٨٧٦ نصاً عام ٢٠٠٨، ثم تابع نموه ليبلغ حوالى ١٦٢,٣٧٨ نصاً عام ٢٠٠٩، ثم تسارع نموه خلال العامين ٢٠١٠ ـ ٢٠١١ ليبلغ حوالى ٤,٢٤٦,٩٥٥ نصاً بعد أن اجتاحت أنشطة تواصل الربيع العربي فضاءنا العربي الاتصالي بشكل لافت.

وقد نشأ عن الترابطات التواصلية بين مستخدمي هذا الموقع من العرب نسيج معقَّد من القنوات التواصلية التي قارب عددها حوالى ٣ مليارات، و٦١٧ مليوناً، و٥٣٨ ألفاً، و٢١٢ قناة علائقية[٣٢].

وقد حاولنا التنقيب عن المواضيع التي تضمنتها البيئة التواصلية العربية فوجدنا أن المتغير الفكري والثقافي هو الأكثر حضوراً بالمقارنة مع بقية المحاور المعرفية (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٢)).

وقد استأثرت الثقافة والفكر بمساحة قاربت ٤٥ بالمئة من الحجم الكلي للمحتوى العربي المطروح في الفضاء التواصلي. واشتركت مادتي العلوم الاجتماعية والإنسانية، والسياسة والقانون بالمرتبة الثانية، وبنسبة بلغت ١٣ بالمئة، أما بقية المحاور فقد توطنت في رقعة ضيقة بنسبة جاوزت ١ بالمئة بقليل.

وتكاد تتطابق نسب فئات المحتوى المعرفي على صعيد الملاحظات التي أوردها المتواصلون في فضاء «فايسبوك» فتتفوق الثقافة والفكر بنسبة تقارب ٣٥ بالمئة، وتحتل المرتبة الأولى، وتتقاسم العلوم الاجتماعية والإنسانية والسياسة والقانون المرتبة الثانية بنسبة تبلغ ٢١ بالمئة، بينما يأتي محور العلوم العسكرية والأمنية بالمرتبة الثالثة، وبنسبة قدرها ١٠ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٣)).

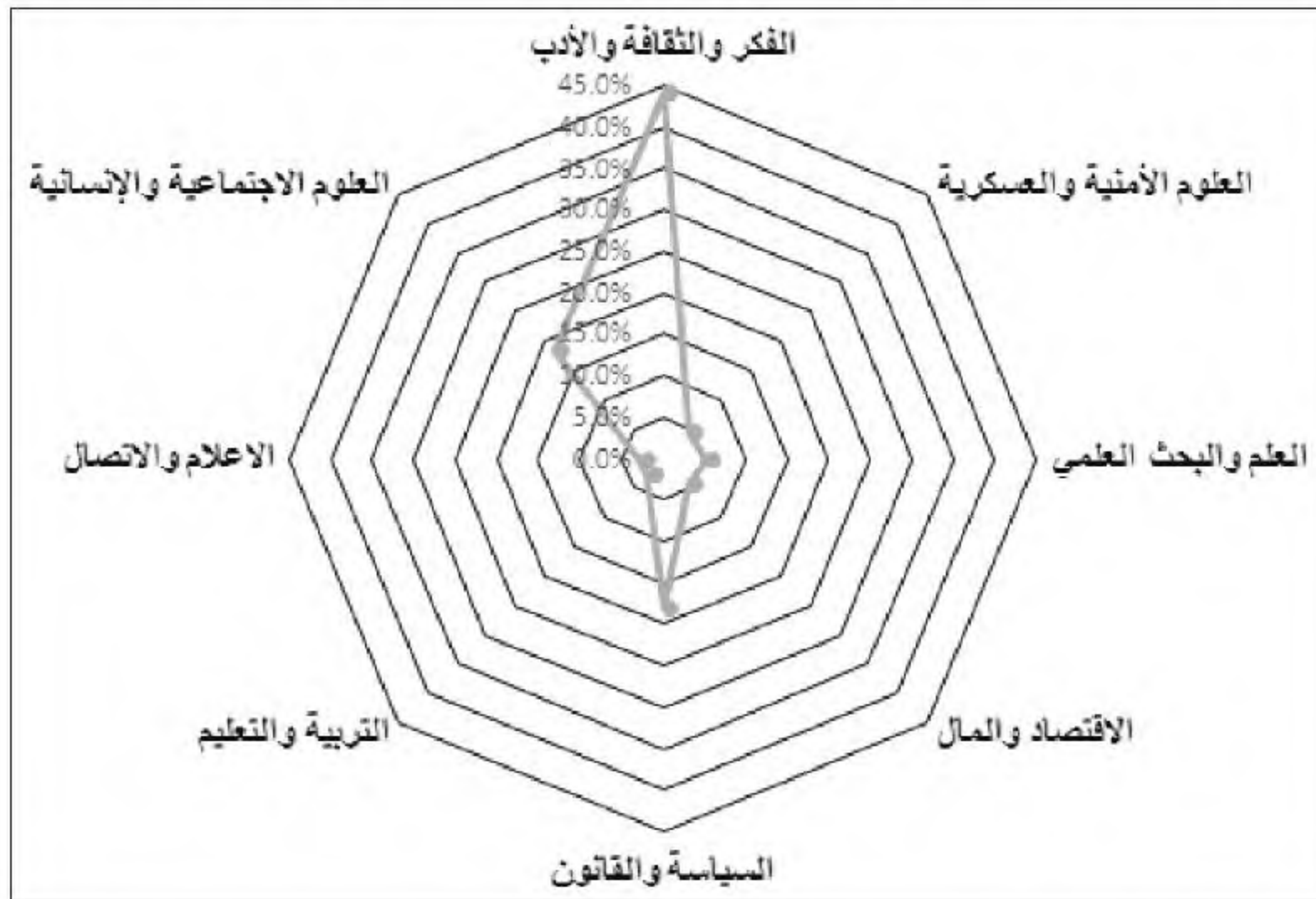
---

(٣١) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

(٣٢) المصدر نفسه.

الشكل الرقم (٤ ـ ٢)

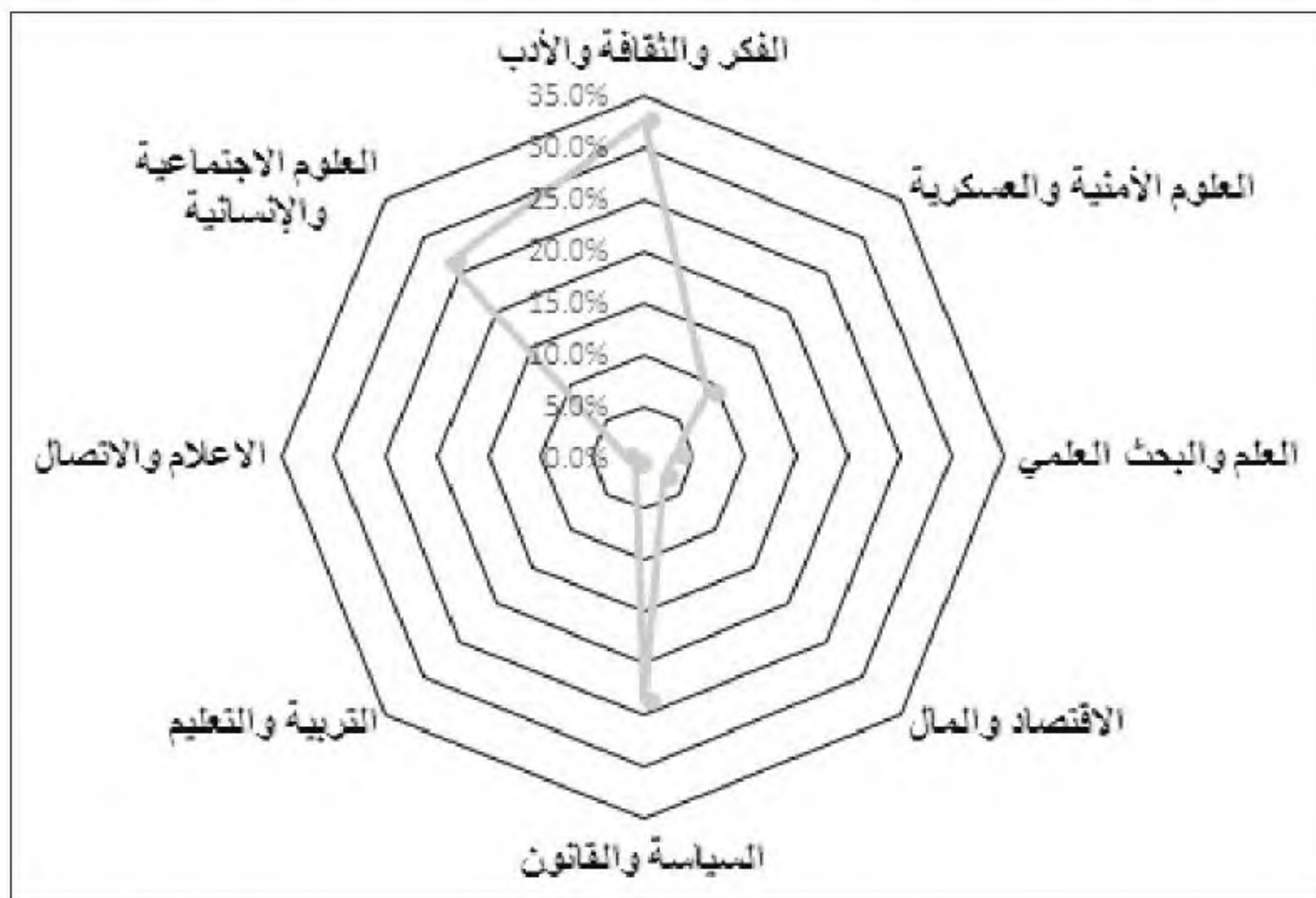
فئات المحتوى المعرفي المطروح في الفضاء التواصلي لموقع فايسبوك



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً يمتد خلال السنوات ٢٠٠٦ ـ ٢٠١٢.

الشكل الرقم (٤ ـ ٣)

مواضيع الملاحظات المسافرة في فضاء التواصل لموقع فايسبوك



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً يمتد خلال السنوات ٢٠٠٦ ـ ٢٠١٢.

وقد أسهم الأعضاء النشطون في موقع فايسبوك في إنتاج ٢١,٥ بالمئة من المادة المعرفية المودعة في فضائه التواصلي، بينما أنتج الجمهور ٧٨,٥ بالمئة من هذه المادة. وقد تألفت المادة المعرفية للناشطين من نصوص بلغت نسبتها ٨٧,٤ بالمئة، ومقاطع فيديوية ٥,٦ بالمئة، وصور ٧ بالمئة من الحصيلة المعرفية التي أنتجتها هذه الفئة. أما نتاج الجمهور فاقتصر على نصوص توزعت بين ملاحظات، وتعليقات، ألحقت بالمادة التي أنتجها الناشطون.

ولقد استمر نمو المادة المعرفية التي تطرح في فضاء التواصل الجديد، وبمختلف مستويات مضامينها، وعمق محتواها، فبلغت نسبة نموه ١٠,٦٨٦ بالمئة عام ٢٠٠٩، ثم تراجعت إلى ٧٩٦ بالمئة عام ٢٠١٠، واستمرت بتراجعها عام ٢٠١١ فبلغت ٣٣٢ بالمئة. وقد تقاسمت هذه النسبة الفئات المختلفة للمحتوى المطروح، فبلغت نسبة نمو النصوص ٦٤٨٦ بالمئة، ومقاطع الفيديو ٥٩٥٣ بالمئة، بينما لم تتجاوز نسبة نمو مقاطع الصور ٤٩٨ بالمئة[٣٣].

لقد أثقل فضاء تواصل فايسبوك بكم هائل من النصوص، والتعليقات، والملفات المرئية، بحيث بدأ هذا الموقع التواصلي بالتحوّل شيئاً فشيئاً إلى مستودع رقمي للحصيلة المعرفية التي ينتجها المواطن العربي. وقد بدأت نزعة المحتوى الموجّه من النخبة باتجاه الجماهير، تتضاءل تدريجياً بعد أن تحولّت مادته، تدريجياً نحو وعاء معرفي تفاعلي يباشر المستخدمون النشطون ببثّ أفكارهم وآرائهم المبتكرة، لتذكي بعد حين المزيد من الملاحظات، والتعليقات، التي توسّع حجم المحتوى المعرفي العربي.

وقد تباين اهتمام المستخدمين العرب بطبيعة المادة التي حرصوا على إيداعها في فضاء فايسبوك التواصلي، فمالت شعوب بعض البلدان العربية إلى إنتاج النصوص على حساب مقاطع الفيديو، والصور، بينما مالت أخرى إلى إنتاج الفيديو بكثرة، على حساب البقية، أو انتخاب الصور كوسط لنقل خطابها التواصلي في هذه البيئة التواصلية (انظر الجدول الرقم (٤ ـ ١)).

ولكن في جميع الحالات بقي النص المادة الأساسية للتواصل مع الآخر ضمن بيئة فايسبوك، سواء على صعيد مشاركة الأعضاء النشطين، أو التعليقات والملاحظات والردود التي يشارك بها جماهير هذا الموقع التواصلي. وفي الوقت ذاته فقد أسهمت عملية تبادل الآراء والأفكار، وإبداء الملاحظات، والتعليقات، والردود في بناء مناخ تواصلي حميم بين المستخدمين العرب الذين حرصوا على الحضور في هذا الفضاء. وتبين لنا من مراجعة البيانات التي تفصح عن مستوى التواصل الحميم المتحقق من خلال هذا النشاط أن المواطن المصري هو الذي برّ بقية المواطنين العرب بنسبة تواصلية شكّلت حوالى ٧٠ بالمئة من الحصيلة التواصلية[٣٤] (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٤)).

(٣٣) المصدر نفسه.

(٣٤) التواصلية معيار، اعتمده فريق مؤسسة الفكر العربي الذي عكف على تحليل وتقييم المحتوى الرقمي العربي، لتحديد قدرة صفحات ومجاميع موقع «فايسبوك» على تحقيق التواصل اللحظي بين الصفحة وجمهور الموقع. وتعد قيمته حصيلة المتوسط العام لمجموعة عمليات تشمل أنشطة: الإعجاب، والعضوية، والصداقة، والتعليقات على المشاركات.

الجدول الرقم (٤ ـ ١)

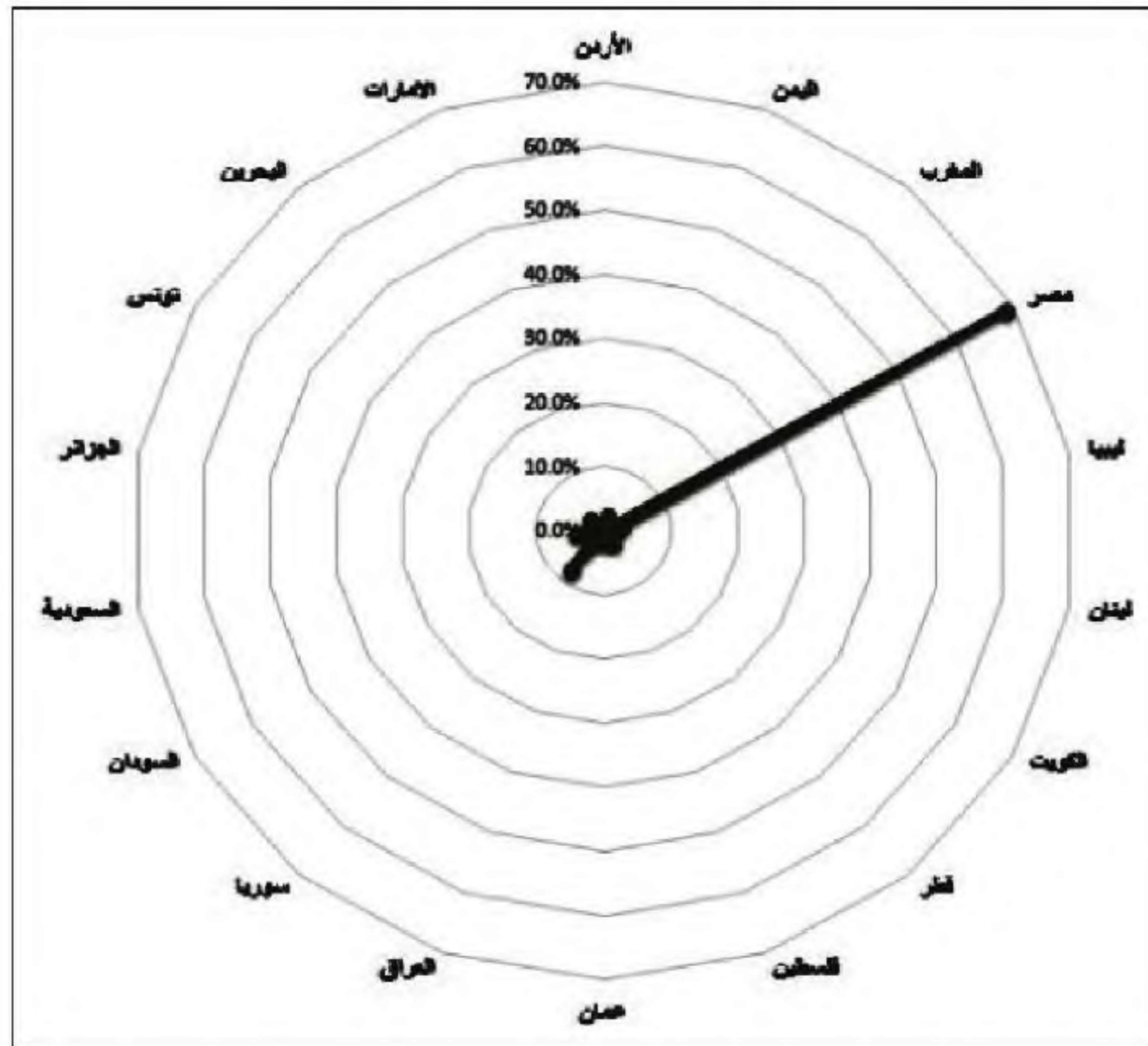
تراتبية إنتاج المادة المعرفية المبثوثة في موقع فايسبوك بحسب البلدان العربية

المرتبة	بلدان المتواصلين النشطين ومادة إنتاجهم			بلدان إنتاج جماهير المتواصلين من النصوص
	النصوص	الصور	الفيديو	
الأولى	الأردن، السعودية، لبنان، المغرب، السودان، الإمارات، واليمن.	الجزائر، العراق، الكويت، وسورية.	البحرين	مصر، ليبيا، تونس، فلسطين، قطر، وعمان.
الثانية	الجزائر، البحرين، مصر، العراق، ليبيا، عمان، فلسطين، وقطر.	الأردن، السعودية، لبنان، وتونس	المغرب	الكويت، السودان، سورية، الإمارات، واليمن.
الثالثة	الكويت، سورية، وتونس.	البحرين، مصر، ليبيا، فلسطين، قطر، السودان، الإمارات، واليمن.	العراق، الأردن، لبنان، وعمان.	الجزائر، السعودية، والمغرب.

المصدر: أعد هذا الجدول من البيانات المتوافرة، في: **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

الشكل الرقم (٤ ـ ٤)

مستويات التواصل المحققة من تبادل المحتوى المعرفي في فضاء فايسبوك العربي



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً يمتد خلال السنوات ٢٠٠٦ ـ ٢٠١٢.

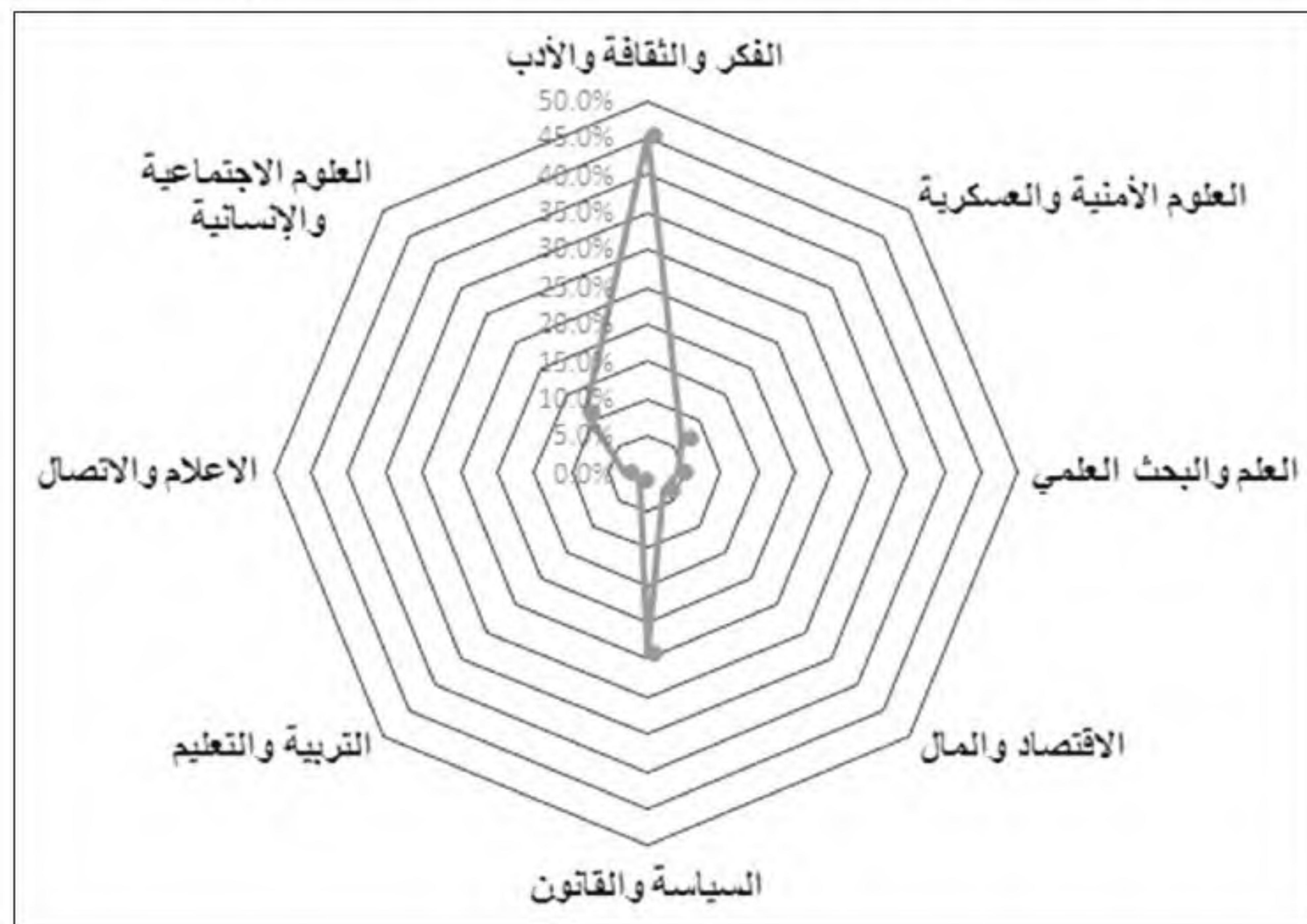
فقد أثبت مستخدمو الموقع من مصر جدارة وتميزاً في تحقيق تواصل لحظي فيما بينهم شكّل جزءاً لا يستهان به من الحصيلة التواصلية للمستخدمين العرب، بعد أن تكاثرت مساهماتهم على صعيد الإعجاب بالخطابات التواصلية المطروحة، وتوثيق عرى المزيد من الصداقة مع رواد الموقع، والحرص على إبداء تعليقاتهم.

أما رواد الموقع من بقية البلدان العربية فقد تراجعت لديهم مستويات التواصلية واستقرت القيم المتحققة من مشاركاتهم بدائرة ضيّقة، تمركزت في دائرة تراوحت نسبة مساهمتها بين ١ بالمئة إلى ١٠ بالمئة من الحصيلة التواصلية الكلية لأعضاء هذا الموقع.

أما على صعيد المحتوى المعرفي الذي وظفه المستخدمون لتوثيق عرى التواصلية فيما بينهم فيمكن ملاحظته من البيانات التي عرضت في الشكل الرقم (٤ ـ ٥).

الشكل الرقم (٤ ـ ٥)

فئات المحتوى المعرفي التي أذكت التواصلية بين مستخدمي موقع فايسبوك



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً يمتد خلال السنوات ٢٠٠٦ ـ ٢٠١٢.

ويبدو واضحاً أن محور الفكر والثقافة والأدب، كان من أكثر فئات المحتوى المعرفي التي كثر حولها التواصل اللحظي بين الصفحة وجمهور الموقع. فبلغت نسبة مشاركته في قيمة حصيلة المتوسط العام لمجموعة عمليات أنشطة: الإعجاب، والعضوية، والصداقة، والتعليقات على المشاركات، حوالى ٤٧ بالمئة من القيمة التواصلية الكلية، بينما جاء محور السياسة والقانون في المرتبة الثانية بعد أن أسهم بحوالى ٢٠ بالمئة من قيمة الحصيلة التواصلية، أما بقية المحاور المعرفية فقد تقاسمت النسبة المتبقية ضمن الدائرة الضيقة المتبقية.

٢ ـ محتوى فضاء الجماعات المدوّنة

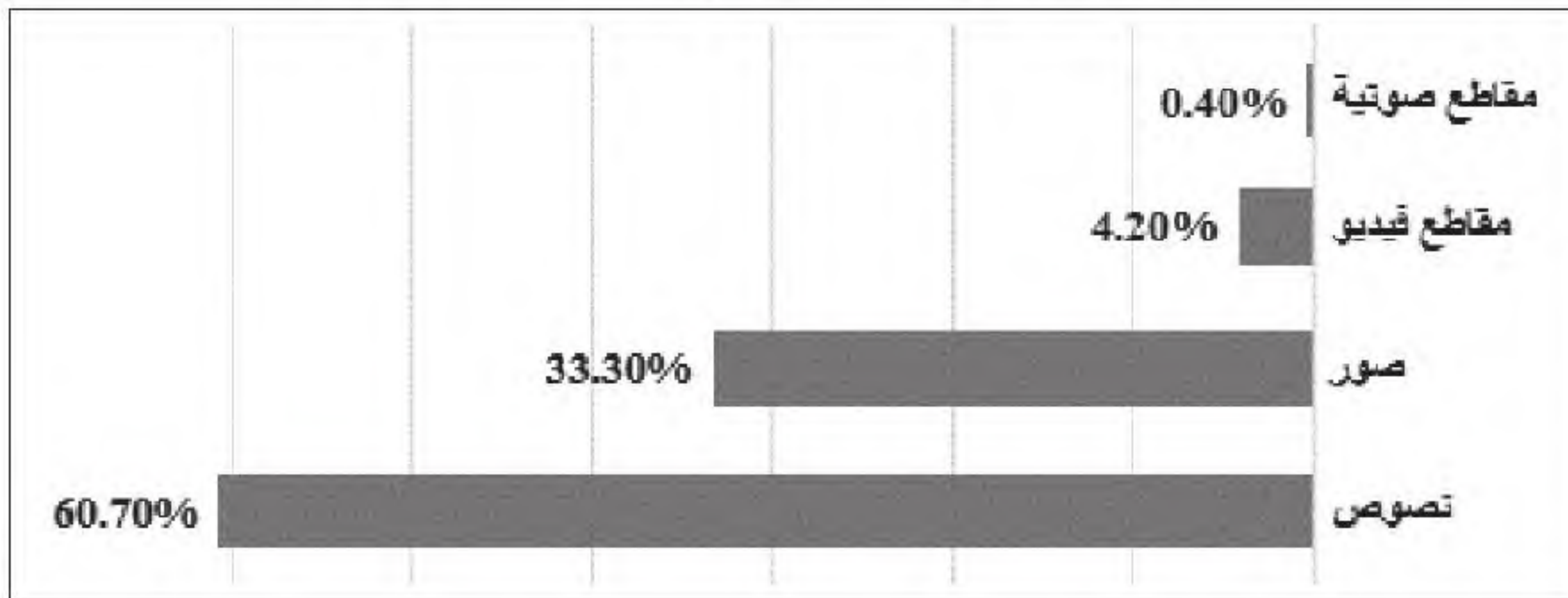
يتكوّن الفضاء المعرفي للتدوين من المادة التي ينتجها المدوّنون، والجماهير التي تتابع المادة المطروحة فيه، والتعليقات التي تضاف إليها بين الحين والآخر. ويلتحق بالمدوّنة، مواد رقمية متنوعة قد تتضمن وثائق، أو مؤثرات مرئية، أو سمعية، يضيف بعضها المدوّن ذاته، أو المتفاعلون مع محتوى المدوّنة.

وقد أنتج المدوّنون العرب حوالى ٩٠,٨ بالمئة من المحتوى المعرفي المودع في فضاء المدوّنات الرقمية، بينما أنتج زوار الفضاء المدوّن حوالى ٩,٢ بالمئة من مادته[٣٥].

وتوزعت مادة الخطاب المدوّن بين نصوص، وصور ومقاطع فيديوية، وصورية، وصوتية مرفقة. وقد تفوقت النصوص بحضورها في لباب المادة المعرفية المدوّنة بعد أن شكّلت حوالى ٦٠,٧ بالمئة من حجم المحتوى الرقمي، بينما جاءت بعدها المقاطع الصورية بنسبة ٣٣,٣ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٦)).

الشكل الرقم (٤ ـ ٦)

فئات المحتوى العربي المطروح في فضاء المدوّنات الرقمية



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً يمتد خلال السنوات ٢٠٠٦ ـ ٢٠١٢.

بصورة عامة، يمكننا القول إن المدوّنات العربية تتميز بكونها أوعية رقمية تكاد أن تكون فارغة، وأن المليئة منها تشكل نسبة ضئيلة تكاد لا تتجاوز نسبتها ٥ ـ ٧ بالمئة من مجمل حجم الفضاء المتخيّل الذي تحتله.

ويمكن ملاحظة أن المدوّنات التي تحتوي على تدوينات محدودة تشكّل الجزء الأكبر من المدوّنات السائدة في فضاء التدوين العربي، وأن أعداد المدوّنات يتناسب عكسياً مع ثراء المحتوى الذي يعبّر عنه بعدد التدوينات المتوافرة فيها (انظر الجدول الرقم (٤ ـ ٢)).

---

(٣٥) المصدر نفسه.

الجدول الرقم (٤ ـ ٢)

أعداد المدونات بحسب حجم التدوينات المودعة فيها خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢

عدد التدوينات	١ ـ ١٠٠	١٠٠ ـ ٢٠٠	٢٠٠ ـ ٣٠٠	٤٠٠ ـ ٥٠٠	٥٠٠ ـ ٤٥٣٠
عدد المدوّنات	١٧٨,٠١١	٣٥٥	١٠٢	١٧	٤٨

المصدر: التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).

فالمدوّنات التي تراوحت عدد التدوينات فيها بين ١ ـ ١٠٠ تدوينة قاربت ١٧٨,٠١١ مدوّنة، وتبدأ أعدادها بالتناقص التدريجي لتبلغ ٣٥٥ مدوّنة تضم ١٠٠ ـ ٢٠٠ تدوينة، حتى لا يتجاوز عدد المدوّنات التي يشمل عدد تدويناتها مجالاً امتد بين ٥٠٠ ـ ٤٥٣٠ تدوينة بلغ ما يعادل ٤٨ مدوّنة فقط. ويصح الأمر ذاته على عدد المواضيع التي يطرحها المدوّنون في مدوناتهم، فيتكاثر عدد المدوّنات الفقيرة بمواضيعها، بينما يشحّ عدد المدونات، كلما ازداد عدد مواضيعها، وتنوّعت مادة محتواها (انظر الجدول الرقم (٤ ـ ٣)).

الجدول الرقم (٤ ـ ٣)

عدد المواضيع المدرجة في المدوّنات العربية

عدد المواضيع	١ ـ ١٠	١٠ ـ ٥٠	٥٠ ـ ١٠٠	١٠٠ ـ ١٨١
عدد المدوّنات	١٦٨,٩٠٧	٩,٥٠١	١٥٨	١٨
النسبة المئوية	٩٤,٥٨	٥,٣٢	٠,١٠	

المصدر: المصدر نفسه.

ونلاحظ أن المدوّنات التي يتراوح عدد المواضيع المطروحة فيها بين ١ ـ ١٠ تشكّل حوالى ٩٤,٥٨ بالمئة من العدد الكلي للمدونات، بينما لا تشكل جميع المدوّنات التي تضم أكثر من ٥٠ موضوعاً سوى ٠,١ بالمئة من العدد الكلي للمدونات. يضاف إلى ذلك أن أكثر عدد بلغته المواضيع المطروحة في مدوّنة عربية لم يتجاوز ١٨١ موضوعاً في أفضل الحالات(٣٦).

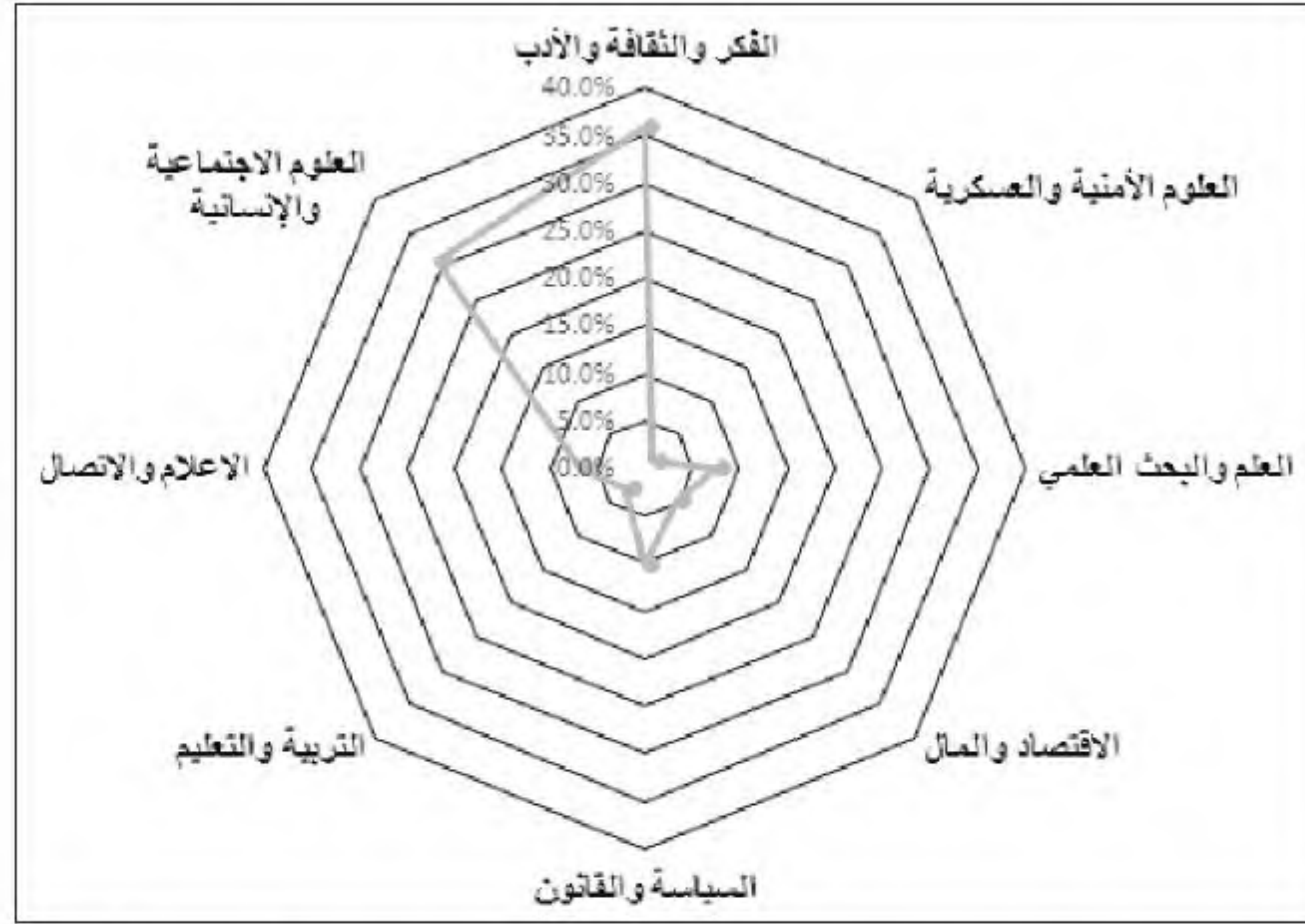
ويُلاحظ أن أكثر المفردات التي تستأثر باهتمام المدوّنين، والزوار، والمعلّقين على المحتوى المدوّن، هي التي تخص ميادين الفكر والثقافة والأدب، والتي تشكّل حوالى ٣٦ بالمئة من المفردات المعرفية الموجودة في فضاء المدوّنات، بينما تأتي مفردات العلوم الإنسانية بالمرتبة الثانية وبنسبة تقارب ٢٦ بالمئة بينما تستقر بقية المفردات في دائرة ضيّقة تكاد لا تتجاوز نسبة ٥ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٧)).

---

(٣٦) المصدر نفسه.

الشكل الرقم (٤ ـ ٧)

مادة المحتوى المعرفي لفضاء المدوّنات العربية خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

ويمارس فضاء التدوين دوراً ثانوياً على صعيد التواصل والتفاعل الاجتماعي، لأن جلّ المدوّنات ليست إلا مراكز لإنتاج خواطر فردية، أو نشر آراء ومفاهيم شخصية، أو أخرى تتجه نحو شد الزوار إلى مادتها الترفيهية.

لذا سيبقى تأثير هذا الفضاء التواصلي، على صعيد إنتاج المادة المعرفية، ونشرها في المحيط المعرفي العربي، محدوداً بالمقارنة مع موقع «فايسبوك»، أو حتى موقع «تويتر»، وستبقى الصبغة الذاتية ملتصقة بكيانه الرقمي، مع شحة الزوار، والمتفاعلين مع المادة المطروحة فيه، بالمقارنة مع بقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

٣ ـ محتوى فضاء الجماعات المغرّدة

يتميز فضاء التغريد العربي بهيكلة تفرضها خطاطة مجتمع التغريد الرقمي الذي يحفل بمغردين نشطين، وآخرين يتابعون تغريداتهم، فيعيدون تغريدها إلى الآخرين، فالكل هنا منتج وجمهور في الوقت ذاته.

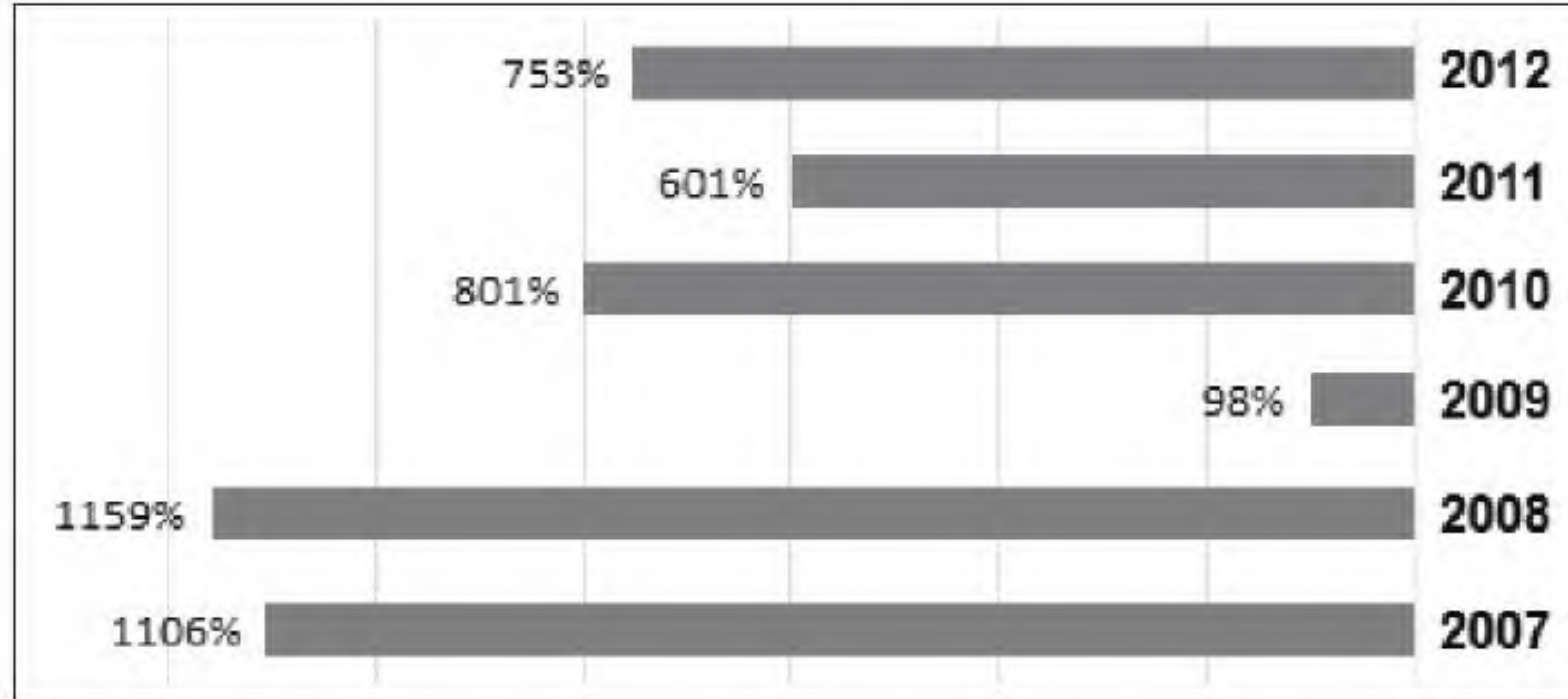
ويزداد تعقيد نسيج فضاء التغريد العربي، نتيجة الروابط التي يضيفها المغرّد النشط، أو متابعوه إلى مضمون التغريدة، والتي تلتحق بأوعية، وقنوات اتصالية أخرى، فتتشعب المواضيع، وتتسع الرقعة الجغرافية لانتشارها داخل حدود هذا الفضاء، وفي الفضاءات التواصلية الملحقة بمنصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعية.

ويمرّ فضاء التواصل المغرّد (النشط) بنمو مستمر خلال السنوات الأخيرة، حتى قارب متوسط نموه السنوي حوالى ٧٥٠ بالمئة. بصورة عامة، كانت نسبة النمو في التغريد النشط في بداية عام

٢٠٠٧ عالية، إذ بلغت نسبتها ١١٠٦ بالمئة، ثم تزايدت النسبة في عام ٢٠٠٨ إلى ١١٥٩ بالمئة، ثم شهدت تراجعاً كبيراً عام ٢٠٠٩ حيث بلغت نسبتها ٩٨ بالمئة فقط. ثم عاودت نموها بنسبة ٨٠١ بالمئة في عام ٢٠١٠، واستقرت عند ٦٠١ بالمئة عام ٢٠١١ (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ٨)).

الشكل الرقم (٤ ـ ٨)

نسب النمو السنوي في التغريدات العربية النشطة خلال الأعوام ٢٠٠٧ ـ ٢٠١٢

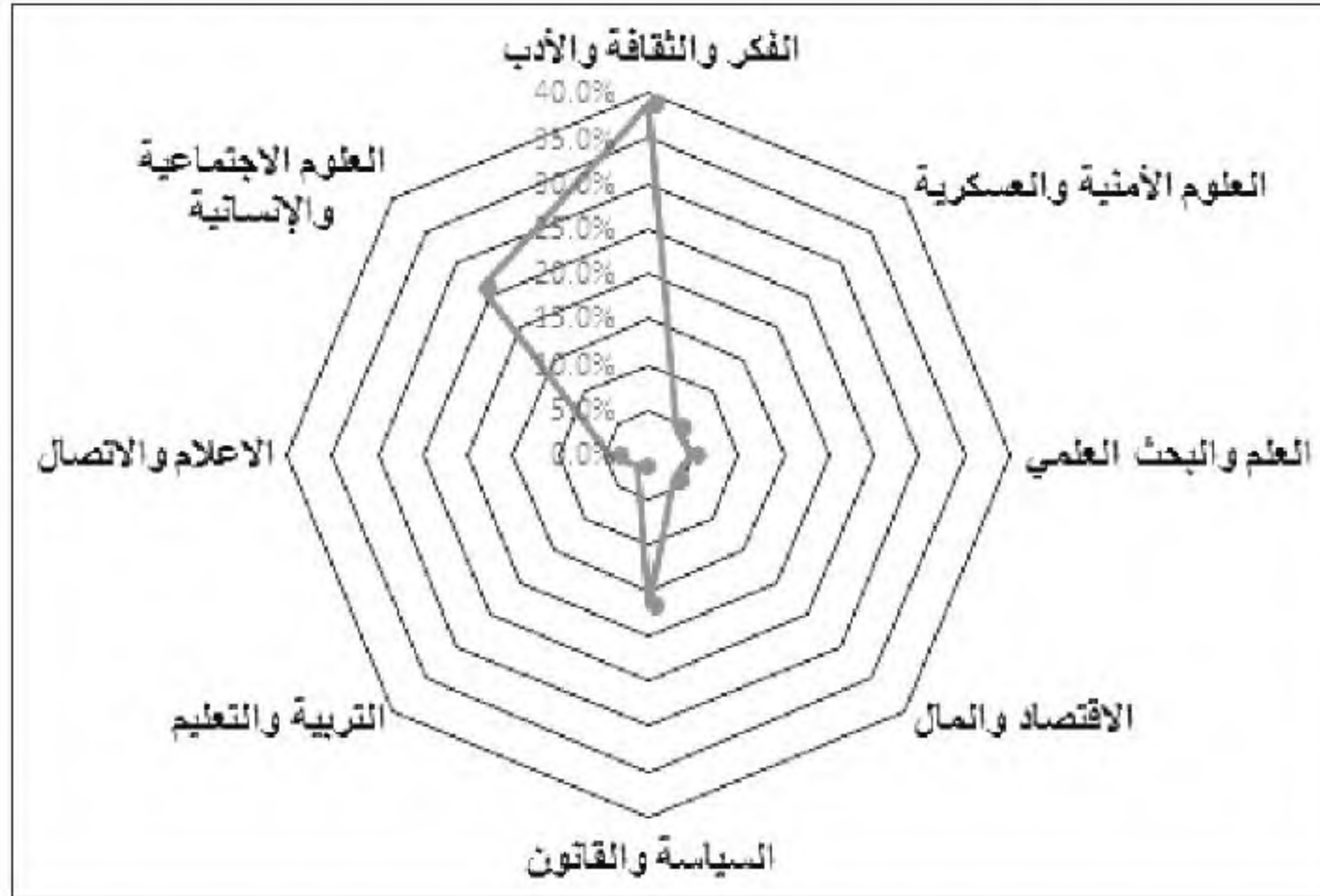


المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ٢٠٠٧ ـ ٢٠١٢.

بصورة عامة، تترابط عقد نسيج فضاء التواصل العربي نتيجة للنمو المستمر في أعداد المتابعين للمغرّد النشط، من جهة، وممارسة عملية إعادة تغريد الخطاب المحمول في التغريدة النشطة، من جهة أخرى. وفي الوقت ذاته تزداد الحصيلة المعرفية للتغريدات نتيجة للروابط التي يلحقها المغرّد النشط بمادة تغريداته، أو المتابعون الذين يضيفون في أحيان أخرى روابط داعمة لمادة التغريدة.

الشكل الرقم (٤ ـ ٩)

مواضيع التغريدات المنبثّة في فضاء التواصل العربي

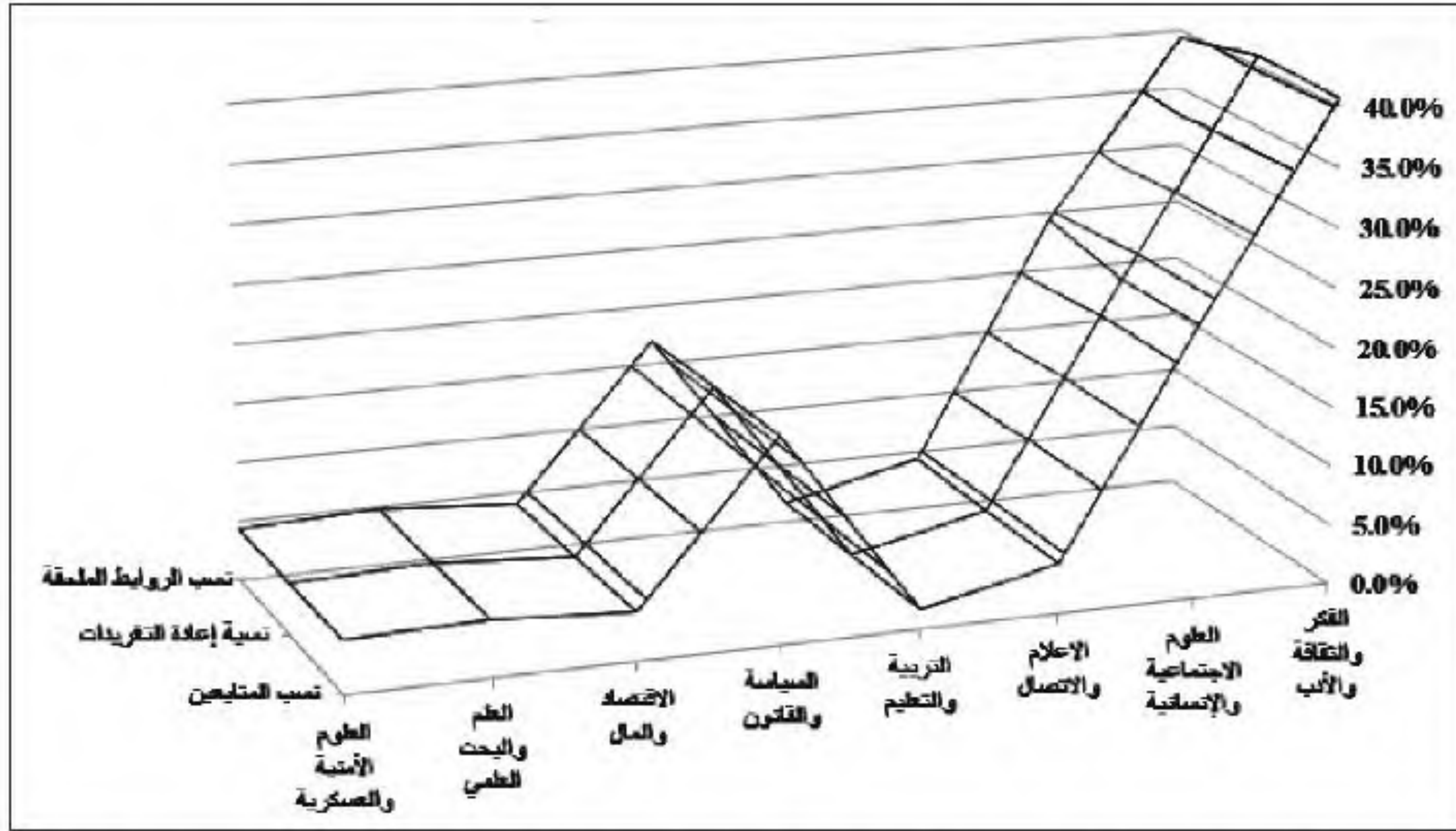


المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ٢٠٠٧ ـ ٢٠١٢.

وقد حاولنا أن ننشئ أنموذجاً متعدد الأبعاد لوصف نسيج فضاء التواصل العربي بواسطة التغريدات التي يبثها المستخدمون. فجمعنا فئات الخطاب المعرفي العربي، مع نسب حضور

الشكل الرقم (٤ ـ ١٠)

أنموذج متعدّد الأبعاد لوصف الفضاء المعرفي للتغريدات العربية



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ٢٠٠٧ ـ ٢٠١٢.

المتابعين، وعمليات إعادة التغريد، والروابط الملحقة، بعد أن حرصنا على جمع البيانات التي تخص هذه المحاور بحيث يمكننا بلوغ وصف دقيق لنسيج هذا الفضاء التواصلي المعقد (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ١٠)).

وتظهر تضاريس هذا الفضاء ارتفاع قمم مواضيع الفكر والثقافة والأدب بالمقارنة مع طوبوغرافية بقية أجزاء الفضاء، وبنسب تتجاوز ٤٠ بالمئة من ارتفاع تضاريس الفضاء الكلي، بينما نلاحظ قمماً أقل انخفاضاً على صعيد التغريدات التي ارتبطت بحقل العلوم الاجتماعية والإنسانية، والتي قاربت نسبتها ٢١ بالمئة.

وقد تشكلت هضاب ومناطق متموجة نتيجة للنشاط المغرّد في حقول السياسة والقانون، بعد أن بلغت النسبة حوالى ١٢ بالمئة، بينما انبسطت بقية مناطق الفضاء التغريدي على صعيد بقية الحقول المعرفية، والتي لم تشهد اهتماماً كالذي شهدته الحقول الثلاثة السابقة.

٤ ـ محتوى فضاء جماعات التواصل المرئي

أ ـ محتوى فضاء التواصل الفيديوي

أكّدت عملية المسح التي مارسها فريق عمل موقع مأرب لمسح المحتوى الرقمي العربي وجود حوالى ١,٣٩٦,٦٠٩ مقطع لفيلم فيديوي عربي، يبلغ ما استودع منها في موقع «يوتيوب» حوالى ٩٨,٩ بالمئة من هذه المادة الرقمية[٣٧].

تتألف بنية فضاء التواصل الفيديوي من القنوات التي يستحدثها المستخدمون، سواء كانوا مؤسسات أو جماعات متخيّلة، أو أفراد، فيجعلونها مصدراً لبثّ سلسلة من المقاطع الفيديوية المتقطعة، أو المستمرة؛ وأفلام الفيديو التي تحمّل بصورة مباشرة إلى مستودعات التواصل

---

(٣٧) المصدر نفسه.

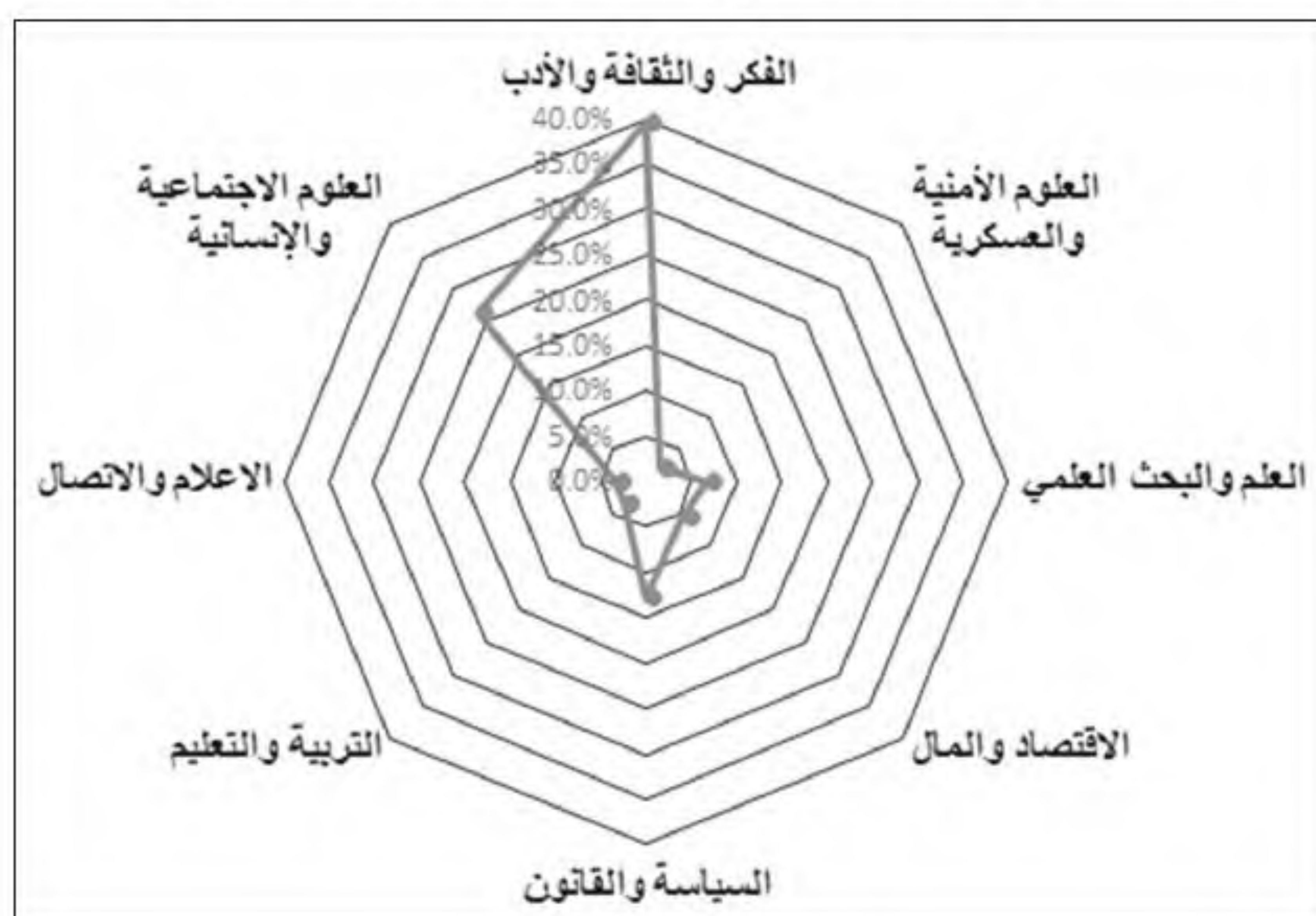
الفيديوي، بعد أن يلصق بها عنوان يعبّر عن مضمونها، أو مضمون الخطاب الذي يروم إيصاله إلى المتلقين.

وقد توزعت محتويات الفضاء التواصلي الفيديوي التي ناهزت ٥٤٤ مليوناً و٦١٥ الفاً و١٧٩ ثانية من المقاطع المرئية التي نقلت لنا من خلال مليون، و٣٩٦ ألفاً، و٦٠٩ مقاطع فيديوية أو لقطة، أسهم في إنتاجها المتواصلون العرب، على التوازي مع نصوص وتعليقات ألحقت بها تجاوزت ١٩ مليوناً، و٩٦٠ ألفاً، و٨٨٥ نصاً وخلال بُعد زمني امتد من عام ٢٠٠٥ إلى عام ٢٠١٢[٣٨].

ولم تختلف تراتبية المواضيع المودعة في لقطات ومقاطع الفيديو العربية التي انتشرت في فضاء التواصل، فتبوأت مواضيع الفكر والثقافة والأدب، المرتبة الأولى، بعد أن شكّل حضورها حوالى ٤٠ بالمئة من فضاء التواصل الفيديوي، بينما جاءت المقاطع ذات الصلة بقطاع العلوم الاجتماعية والإنسانية في المرتبة الثانية، وبنسبة قاربت ٢٢ بالمئة من حجم الفضاء، وتقاسمت بقية المحاور المساحة المتبقية من هذا الفضاء الرقمي (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ١١)).

الشكل الرقم (٤ ـ ١١)

فئات المضامين المودعة في فضاء التواصل الفيديوي العربي



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ٢٠٠٤ ـ ٢٠١٢.

ب ـ محتوى فضاء التواصل الصوري

بدأ فضاء التواصل الصوري متأخراً بالمقارنة مع بقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، فكانت ولادة موقع «فلِكر» عام ٢٠٠٤، وبدأ المستخدم العربي بتوظيف هذا الموقع،

(٣٨) المصدر نفسه.

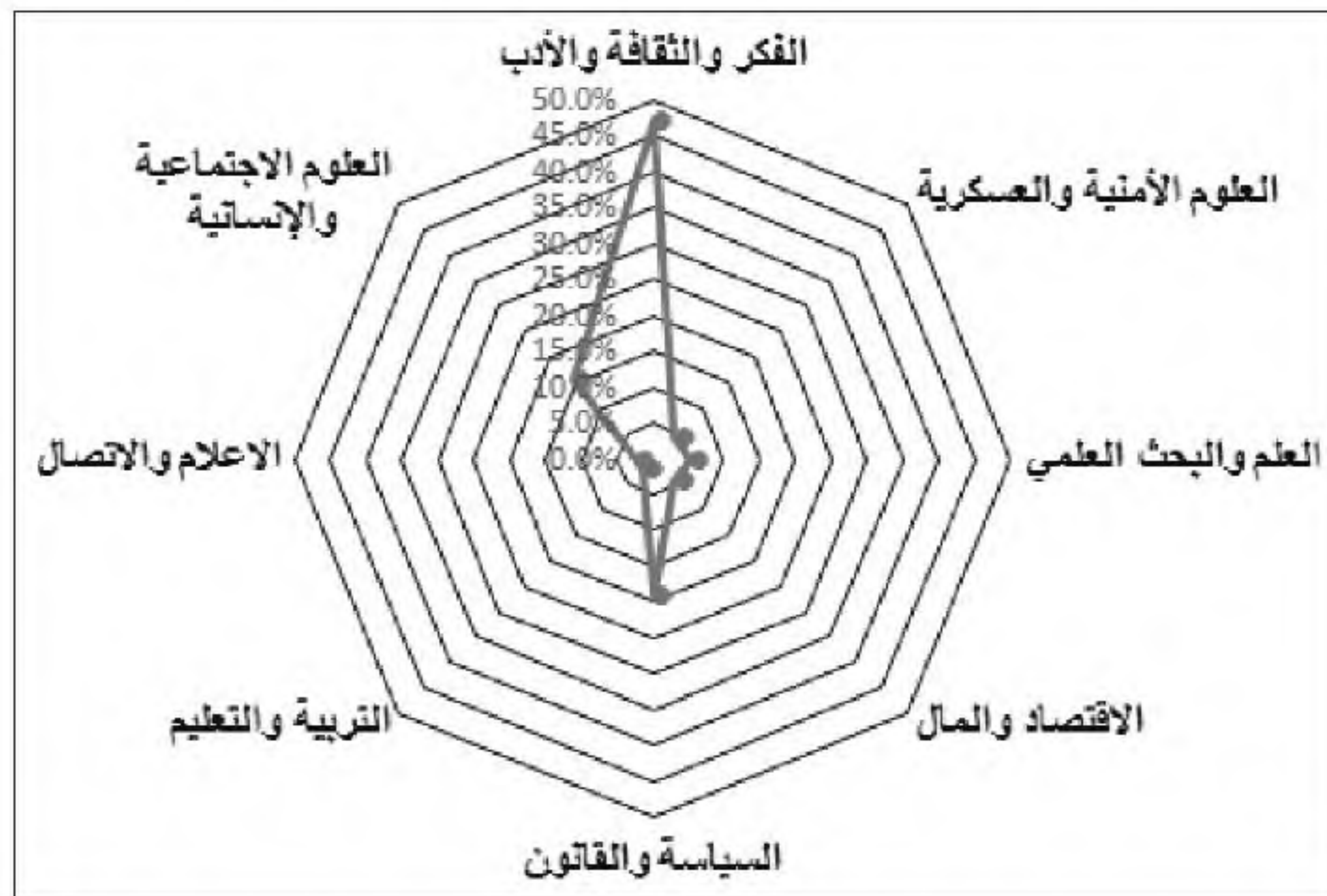
ومواقع أخرى، توالت ولاداتها بعد هذا التاريخ، فاستودع فيها سلسلة متنوعة من اللقطات الصورية التي تخص تفاصيل حياته اليومية، وأخرى تعود إلى سنوات خلت، جمعته مع مجموعة من الأقارب والأصدقاء، حيث ارتبط كل منها بجزء من شريط حياته وذكرياته التي وثقتها هذه اللقطات.

وقد بدأت الصور تتراكم وتملأ الفراغات الموجودة في الفضاء الجديد، شيئاً فشيئاً، حتى بلغ الحجم الكلي لمحتويات الفضاء التواصلي الصوري العربي خلال الفسحة الزمنية الممتدة بين عام ٢٠٠٤ وبدايات عام ٢٠١٢ حوالى ٥٨٨ ألفاً و٢٧٥ صورة عربية بحسب الإحصائية التي قام بها فريق مشروع مأرب لمستوى المحتوى الرقمي العربي[٣٩].

وقد حاولنا استقصاء المواضيع والمضامين التي تضمنتها الحصيلة الصورية العربية، فوجدناها تكاد لا تختلف عن سابقتها من المقاطع الفيديوية (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ١٢)).

الشكل الرقم (٤ ـ ١٢)

فئات المواضيع التي تواصل بها العرب في فضاء التواصل الصوري



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ٢٠٠٤ ـ ٢٠١٢.

فقد تفوقت مواضيع الفكر والثقافة والأدب على غيرها فاحتلت المرتبة الأولى، وبنسبة جاوزت ٤٧ بالمئة من حجم الفضاء الصوري العربي، بينما جاءت الصور ذات الصلة بالحدث السياسي في المرتبة الثانية، وبنسبة قاربت ١٥ بالمئة، واحتلت الصور ذات الصلة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية المرتبة الثالثة، وبنسبة لم تتجاوز ١١ بالمئة. أما بقية المواضيع فقد استقرت في دائرة ضيقة من الفضاء الصوري العربي الفسيح.

(٣٩) المصدر نفسه.

نلفت الانتباه إلى أن كمية الصور التي حصدتها أدوات فريق مأرب لتحليل المحتوى الرقمي العربي لا تشكل (بحسب متابعتنا) معشار الكمِّ الحقيقي من الصور الذي نعتقد بتراكمه غير المسبوق في الفضاء التواصلي العربي، ولأسباب عديدة، أهمها: اقتصار المسح الذي أجرته هذه المجموعة على مواقع: «فلكر»؛ «تويتبك»؛ «فور شيرد». وقد جاء بعدها عدة أجيال من التطبيقات التي وفرت بيئة تواصلية أكثَر مرونة، علَى صعيد التواصل الصوري مثل: «إنستاغرام»، «واتس آب»؛ وغيرها كثير بحيث تراجعت لغة التواصل المدوّن على حساب التواصل الآني بالصور بين المقيمين في فضاء التواصل المتخيّل.

كذلك فإن الصورة لا يقتصر استخدامها في مواقع التواصل الصوري فحسب، حيث تبقى أهميتها واضحة على صعيد التواصل بين رواد فضاء منصة التطبيقات التواصلية الأخرى، فتلحق الصور مع مدونّات المدوّنين، والنصوص المعلقة على حيطان مواقع فايسبوك، كما أن لها فرصاً للنشر في تطبيقات أخرى.

٥ ـ محتوى فضاء جماعة المنتديات العربية

رغم أن المنتديات العربية تفرّدت باحتضان حجم كبير من المادة المعرفية المنظمة المبثوثة في فضاء المعلومات العربي، إلا أن انتشار حمى الالتحاق بمواقع مثل «فايسبوك» و«تويتر»، قد أجبر المنتديات على التراجع إلى المرتبة الثانية على صعيد التواصل والتفاعل، فرضي أصحابها بالمرتبة الثانية على المستوى التواصلي، رغم تفوّق حصيلتها المعرفية، بأشواط كبيرة، على بقية تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي.

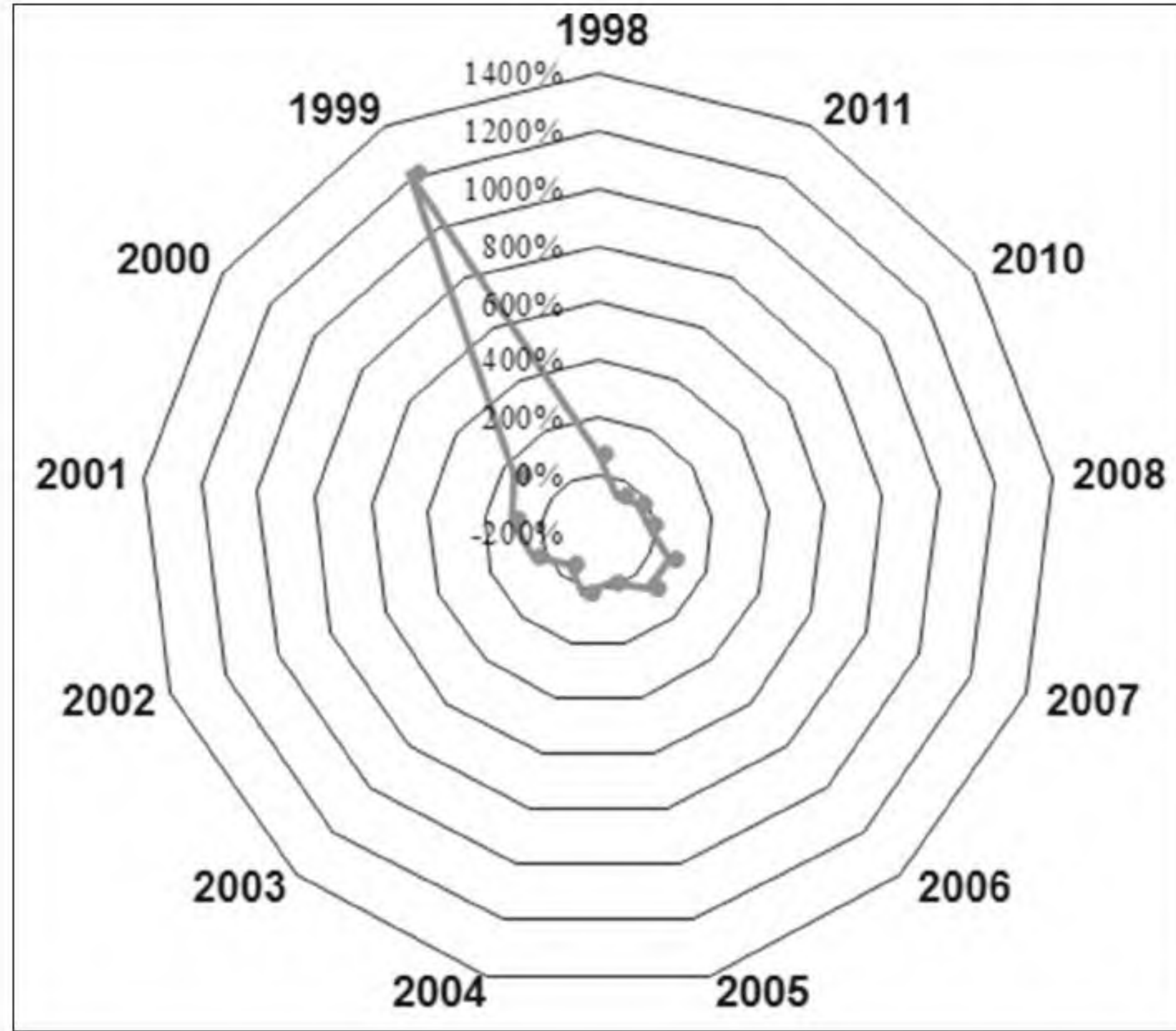
ويتميز فضاء المنتديات عن بقية فضاءات التواصل في كون المادة المعرفية الملحقة بنصوص وتعليقات المستخدمين أكثر خصوبة، وعمقاً، لأن المنتديات قد تحوّلت شيئاً فشيئاً إلى أوعية رقمية، يودع فيها رواد المنتديات، ملفات نصية، تضم كتباً مصورة، في مختلف ميادين الفكر، وملفات مرئية، وأخرى صوتية لمحاضرات وندوات يديرها نخبة من المفكرين والعلماء، والفقهاء، والأعلام العرب.

أقبل المستخدمون العرب على الالتحاق بعضوية المنتديات العربية، والتي كان لها قصب السبق بإنشاء أول فضاء للتواصل الرقمي. وبدأ محتوى المنتديات بالنمو مع نمو أعدادها، وتزايد أعداد أعضائها التي بدأت تتصاعد منذ عام ١٩٩٨، فتنوعت فئاتها، وحرص الأعضاء على إنتاج مواد معرفية جديدة، باتت تنمو يوماً بعد يوم.

بيد أن عملية النمو لم تستمر لمدة طويلة، فبعد نمو كانت بداياته عام ١٩٩٨، بدأ التراجع في بدايات عام ٢٠٠٣ بعد أن جاءت منصة تطبيقات شبكة التواصل الاجتماعي بفضاء تواصلي، بات يشدّ المستخدمين العرب، ثم توالت التراجعات حتى أضحت نسب النمو سلبية ابتداء من عام ٢٠٠٨، فتحولت إلى بيئة تواصلية من المرتبة الثانية (انظر الشكل (٤ ـ ١٣)).

الشكل الرقم (٤ ـ ١٣)

مستويات نمو وتراجع محتوى المنتديات العربية خلال السنوات ١٩٩٨ ـ ٢٠١١



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٨ ـ ٢٠١٢.

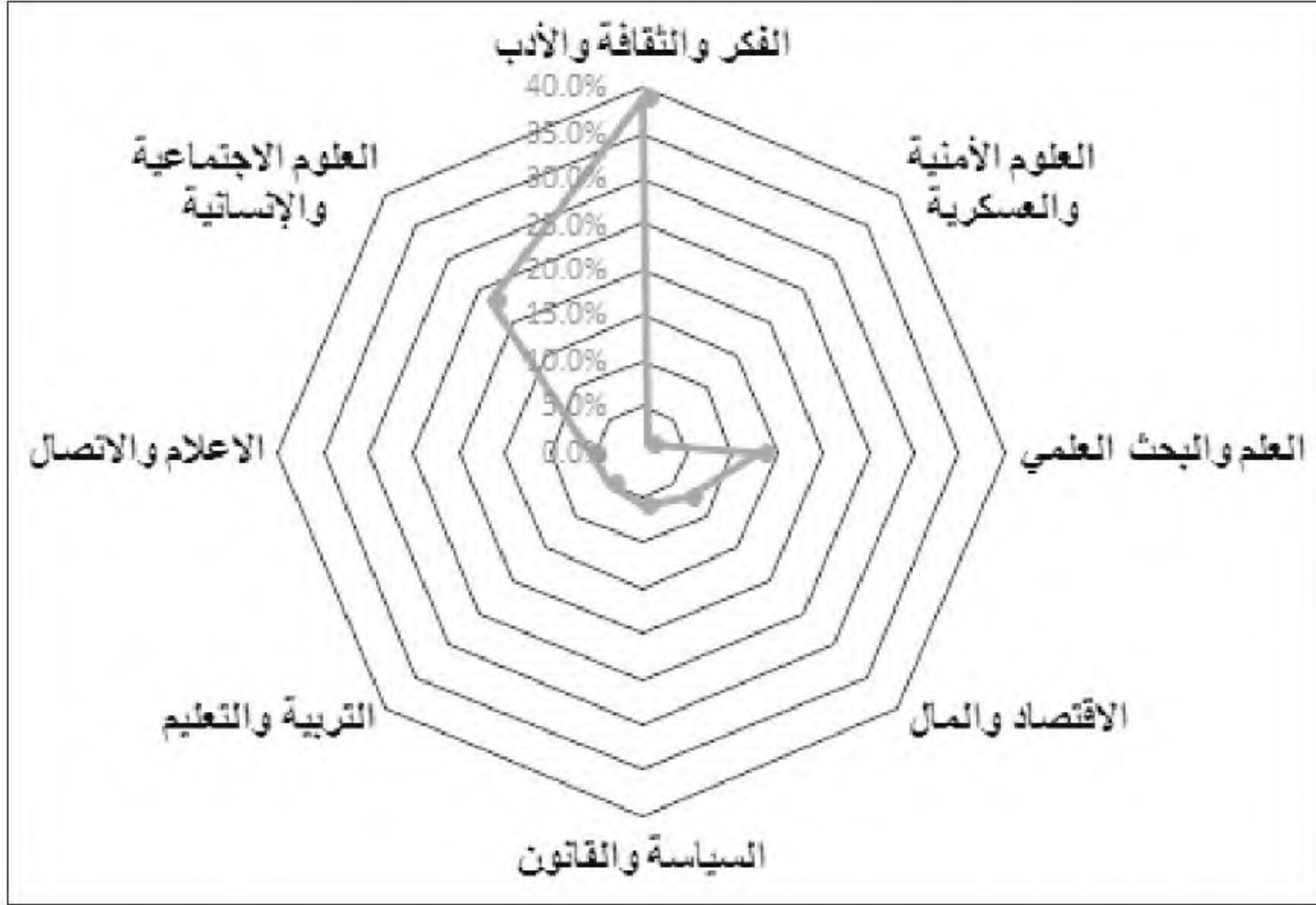
التزمت جل المنتديات العربية بمبدأ إدراج الأعضاء النشطين لمحتوى تتعدد مواضيعه في فضاء المنتدى، ليهرع جماهير الأعضاء بالتعليق أو تنزيل الملفات إلى مستودعات حواسيبهم وهواتفهم المحمولة. من أجل هذا نلاحظ بجلاء هيمنة النصوص على المحتوى المعرفي الذي طرحه المستخدمون العرب في المنتديات العربية، فبلغت نسبته ٩٩ بالمئة من الحجم الكلي للمحتوى، بينما تقاسمت كل من ملفات: الفيديو، والصور، والصوتيات، والمحاضرات نسبة ١ بالمئة المتبقية[٤٠].

وإذا حاولنا سبر فئات المحتوى المطروح في المنتديات العربية، سنشهد الحالة ذاتها والتي تؤشر إلى هيمنة مواضيع خطاب الثقافة والفكر والأدب بعد أن سجلت نسبة ٣٩ بالمئة من الحجم الكلي للمحتوى المعرفي المطروح، وأتت بعدها مواضيع العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة بلغت ١٨ بالمئة، بينما استقرت بقية مفردات المعرفة العربية في دائرة ضيقة لا تتجاوز نسبتها ٩ بالمئة (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ١٤)).

(٤٠) المصدر نفسه.

الشكل الرقم (٤ ـ ١٤)

فئات المواضيع التي يتواصل بها روّاد المنتديات العربية



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

ورغم التراجعات التي منيت بها المنتديات العربية خلال السنوات الأخيرة، فإنها ستبقى مورداً مهماً لبيئة معرفية راقية توفّر لأعضائها وزوارها حصيلة من ملفات رقمية ترقى بثقافتهم.

٦ ـ محاولة لوصف الفضاء التواصلي ـ العربي الشامل

لا بد من أن يتساءل الكثير منا عن جوهر فضاء التواصل العربي الذي تنضوي تحت رايته جميع أنشطة التواصل الرقمي التي تلتحق بتطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، ويأمل أن يكوّن صورة في مخيلته حول بنية هذا الفضاء الفريد، وكيفية سريان الفيض التواصلي في نسيجه المعقّد.

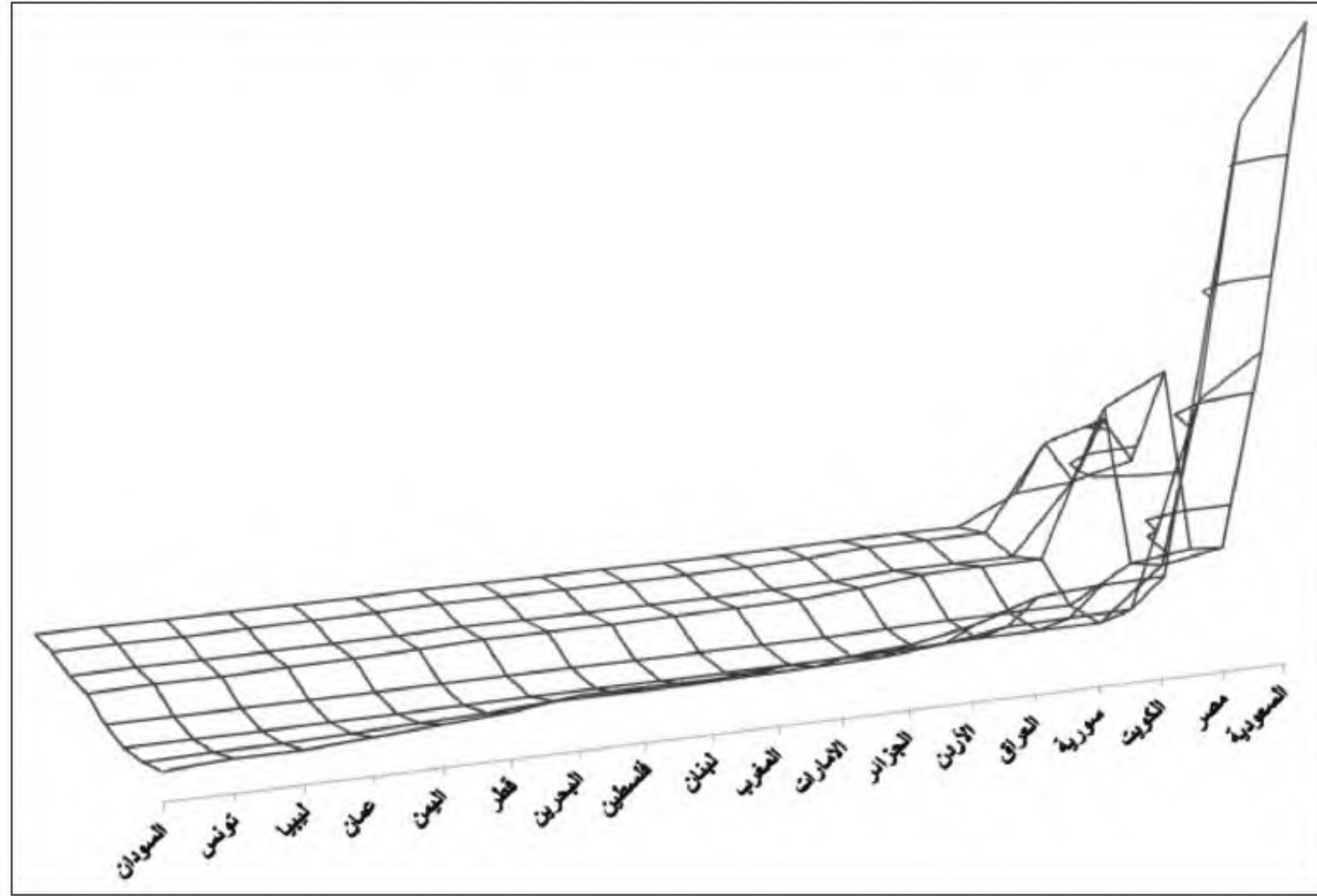
ولعل من الإشكاليات التي تعترض محاولاتنا المتواضعة لوصف هذا الفضاء المعقّد هو التغيّر الآني في سريان الفيض التواصلي بين المقيمين في هذا الفضاء، واطراد التحولات في كثافة الفيض بين بقعة وأخرى، نتيجة لإقبال المستخدمين باتجاه بيئة محددة، والاعراض عن غيرها، أو التكيّف مع متطلبات الحدث التي تحتّم في بعض الأحيان توجيه الاهتمام نحو مسار تواصلي والالتفات عن آخر. من أجل هذا، فإن عملية الوصف لهذا الفضاء ستكون لصيقة بالحالة الآنية التي يفرزها تاريخ جمع النبضات الرقمية التي تعبّر عن بعض أوجه النشاط التواصلي خلال برهة من الزمن الحقيقي.

ونؤكد ثانية ما ذكرناه في فقرة سابقة حول أسلوب وصف الفضاء الذي آثرنا اعتماد مبدأ نسب الحضور في كل قطاع من القطاعات التي يتناولها الوصف، لتجاوز عقبة تضخم الأرقام من جهة، ولتقريب الوصف إلى فهمنا.

بدايةً، سنحاول إنشاء أنموذج متعدد الأبعاد لمساهمة مواطني البلدان العربية على صعيد المادة المعرفية التي تحمّل في الفيض التواصلي الاجتماعي، والذي سيتكون من مجموعة المفردات التي تلتحق بالمحاور الثمانية التي استُخدمت أثناء هذه الدراسة. وقد نجحنا في بناء هذا الأنموذج من البيانات المتوافرة على موقع مأرب خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢، فحصلنا منها على الشكل الرقم (٤ ـ ١٥).

الشكل الرقم (٤ ـ ١٥)

أنموذج متعدد الأبعاد لفضاء المفردات المعرفية المتولّدة عن أنشطة التواصل الاجتماعي في البلدان العربية



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

ويبدو واضحاً من هيكلة هذا الفضاء أن السعودية قد نجحت في إنشاء جزء كبير من مفردات الخطاب العربي التواصلي، وبكل محاوره، بينما أتت بعدها مصر، فالكويت، والتي شكلت قمة التضاريس الجبلية، وسفحها المتدرّج. أما سورية، والعراق، والأردن، فشكّلت مساهماتها التواصلية في توليد تضاريس الهضبة التي التحمت مع سفح التضاريس الجبلية للبلدان الثلاثة.

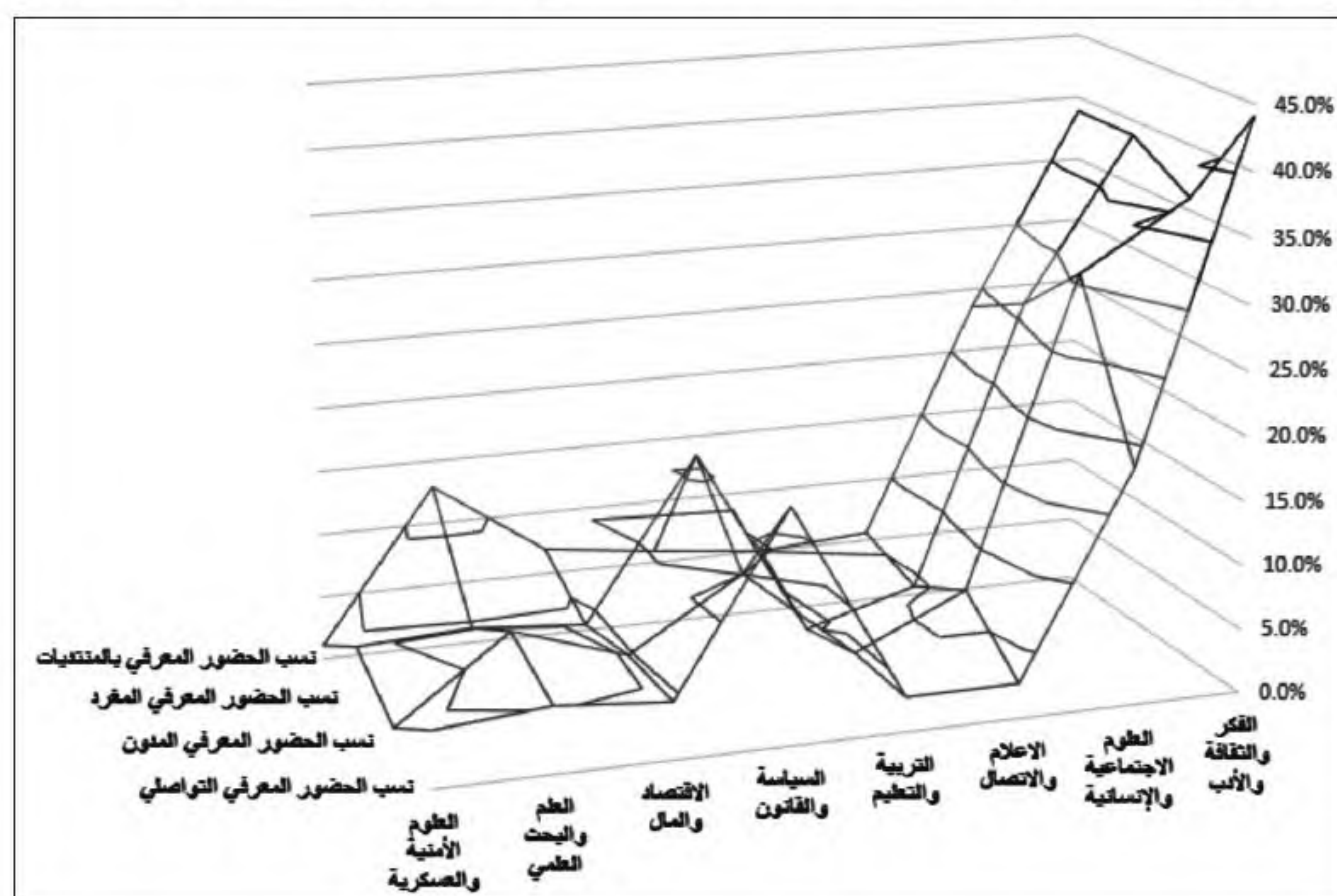
أما مشاركة بقية البلدان العربية فقد استقرت على مساحة سهل مترامي الأطراف امتدت بدايته من الجزائر وانتهت بالسودان في طوبوغرافية تنزع نحو الانبساط التدريجي من حافات الهضبة

نحو السهل المنبسط الذي يؤشر إلى تراجع المشاركة في صنع المادة المعرفية في فضاء التواصل الاجتماعي العربي.

بعد ذلك حاولنا تشكيل انتشار المادة المعرفية في تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، لتحديد أكثر التطبيقات مساهمة في توليد المادة المعرفية العربية، فقسمنا مادة المحتوى المعرفي بحسب فئاتها الثماني، وانتخبنا أربع قنوات تواصلية لنشكّل من بياناتها أنموذجاً آخر متعدد الأبعاد (انظر الشكل الرقم (٤ ـ ١٦)).

الشكل الرقم (٤ ـ ١٦)

أنموذج متعدد الأبعاد لوصف فضاء الحضور المعرفي التواصلي العربي



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

تتوالى تضاريس حضور المواد المعرفية في الفضاء الذي يصف انتشارها بين مختلف قنوات التواصل الاجتماعي. ونلاحظ أعلى قمة لهذه التضاريس عند محور الفكر والثقافة والأدب، وهو أكثر المحاور التي تشد المتواصلين إلى أروقتها، وتحضر العلوم الاجتماعية والإنسانية على أحد سفوح هذه التضاريس المميزة، في حين لم تفلح مفردات علوم الإعلام والاتصال إلا باحتلال حيّز محدود عند قدم هذا المرتفع الشاهق، تتقاسمها به مفردات التربية والتعليم.

ولا تلبث طوبوغرافية هذا الفضاء المتخيّل أن تتحول نحو صعود آخر أقل ارتفاعاً من ارتفاع مفردات الفكر والثقافة والأدب، يليه ارتفاع آخر مواز؛ فتستقر مفردات السياسة والقانون على قمة الأول، بينما تستقر مفردات العلم والبحث العلمي علىٍ القمة الثانية، بينما تلتصق مفردات الاقتصاد والمال، والعلوم الأمنية والعسكرية بسفح هذين المرتفعين المتخيّلين.

ويؤكد أنموذج الفضاء التواصلي مرة أخرى حقيقة ميل المتواصلين العرب إلى تداول مفردات الفكر والثقافة والأدب، والتي تُعَدُّ من أكثر المفردات المعرفية التصاقاً بالذات العربية، وأكثرها قدرة على بث أحاسيسه ومشاعره المتدفقة، بينما تأتي مفردات العلوم الاجتماعية والإنسانية، والتي تتصل بالكثير من مفردات واقعه ومعاناته اليومية بالمرتبة الثانية، مع بقاء هاجس التعليم، والعلوم قائماً لدى أفراد مجتمعنا الذي يحلم بإعادة تشكيل خطاطته المعرفية واستعادة جزء، ولو يسير، من صدى علوم الأجداد.

سادساً: سمات الأصالة والتكامل في مادة المحتوى التواصلي العربي

لعل من الأمور المهمة، والتي ينبغي الالتفات إليها عند التعامل مع كيانات الفضاء الرقمي هو غياب الحدود الفاصلة بين الكيان الممتلئ بعناصر مهمة، والذي يخلو منها، للوهلة الأولى، ما لم تمارس سلسلة من عمليات مراجعة وسبر المحتوى وفق نهج يسترشد بقواعد معرفية صارمة. وبعكسه فالكيان المعلوماتي، سواء كان نصاً، أو صورة، أو مقطعاً فيديوياً، يصنف بأدوات التنقيب والسبر المعلوماتي بوصفه كياناً قائماً بذاته، ويمتلك حضوراً في الإحصاءات والمراجعات بعيداً من المحتوى المعرفي للخطاب الاتصالي المستوطن في نسيجه الرقمي.

من أجل هذا لا بد من اعتماد نهج قادر على تمييز الغث من السمين في مادة الخطاب التواصلي الذي يشكّل مادة المحتوى المعرفي الذي نتداوله أثناء سيرورة عملية التواصل اليومي فيما بيننا. وسنسعى في هذه الفقرة إلى مراجعة وبيان سمات الأصالة والتكامل الذي تتسم به مادة الخطاب التواصلي العربي، فنكشف النقاب عن القيمة المعرفية المودعة في مادة خطابنا التواصلي، ونستبعد عن حضيرتها تلك الوحدات التي لا ترقى مضامينها إلى مستوى رصين.

وكما نعلم جميعاً فإن الإنترنت يمثل وعاءً قابلاً لكل مفردات تضاف إليه، نتيجة لانفتاحه على الفضاء العولمي، مع غياب الرقابة، عن مادة المحتوى الذي تطرحه فئات متعددة من المستخدمين، وبتوجهات ومشارب لا يمكن أن يحصيها محصٍ. من أجل هذا فإن مسألة صراع الغث والسمين داخل حدود المحتوى الذي يسافر في فيض التواصل العربي ستبقى حاضرة على الدوام، وستحتم علينا التريث عند إصدار حكم قطعي بصدد الحصيلة المعرفية التي تولّدت عن فضاء التواصل، وغيره من الفضاءات الرقمية التي بدأت تتكاثر بنزعة تناظر الخوارزمية الجينية التي تنتقي الأفضل، وتستبعد المادة التي لا تستطيع فرض غلبتها على صعيد جذب المستخدمين إلى حضيرتها المتجددة.

لقد تبنت مجموعة عمل مؤسسة الفكر العربي مبدأين أساسيين في محاولاتها سبر المحتوى الرقمي العربي، وانتخاب السمين من مادته المعرفية، والإعراض عن الغثّ منها، هما الأصالة والتكامل. وجعلت من الأصالة معياراً لقياس حجم المحتوى الذي اتسم بالابتكار والأصالة، والذي

لم ينقل بصورة مباشرة عن مواقع أخرى. أما سمة التكامل فكانت لديهم معياراً لقياس درجة التقارب والتكامل في مضامين المواضيع التي يناقشها المحتوى الرقمي لكل موقع من المواقع[41].

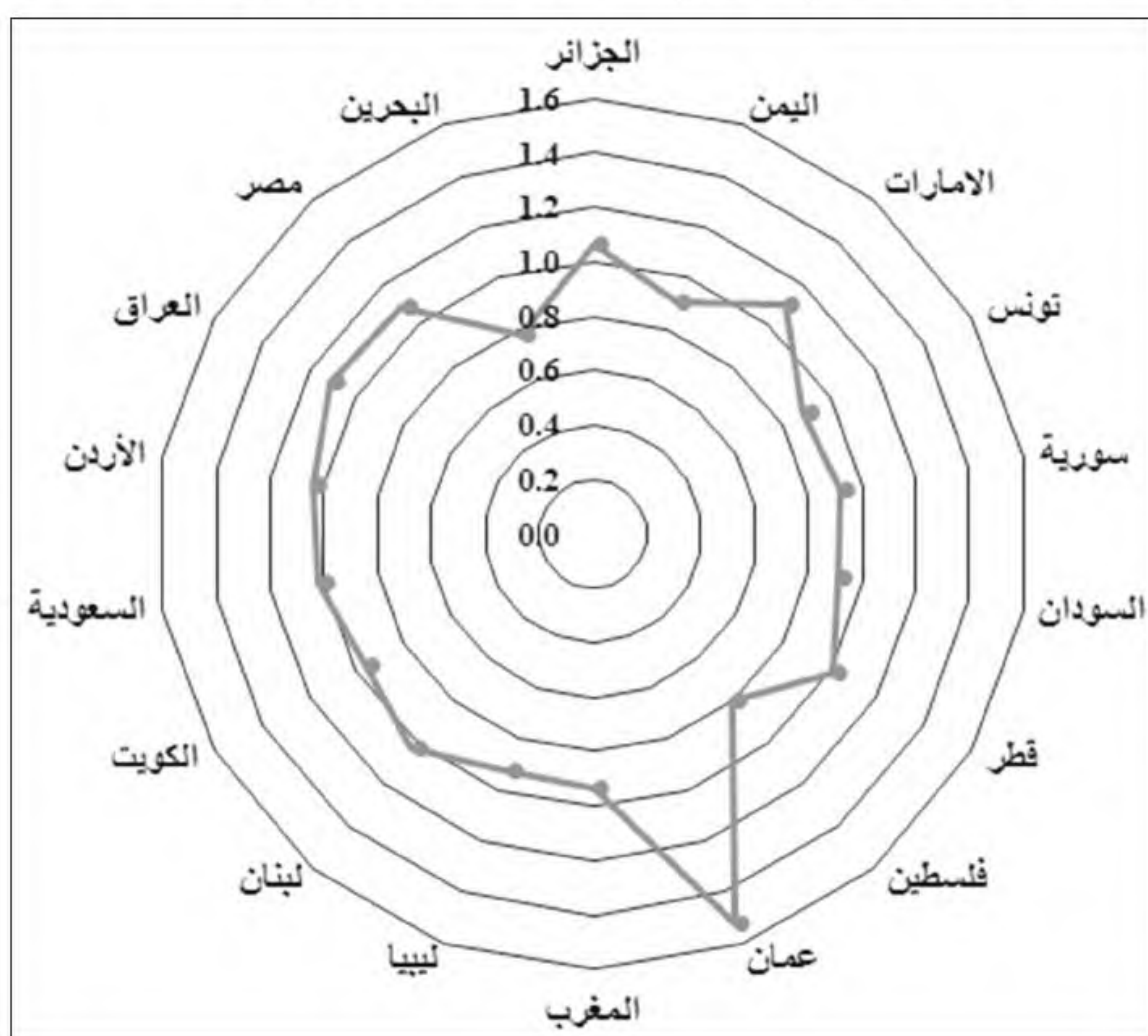
وقد حاولنا تبنّي هذين المبدأين على فضاء التواصل العربي، وجعلنا من الأصالة والتكامل غاية أساسية في تحييد العمق المعرفي الذي يتسم به خطاب التواصل الذي يسري بين مختلف فئات مجتمع التواصل العربي.

١ ـ أصالة المحتوى التواصلي العربي

بداية برهنت عملية التنقير في بيانات المحتوى الرقمي العربي الاتصالي، تكاثر كمّ المحتوى المكرر على حساب محتوى التواصل الأصيل، والذي يخلو من الثرثرة، والتكرار، أو النسخ الذي يغيب عنه فكر حاضر يروم توظيف مادته في معالجات معرفية مضافة. وقد حاولنا أن نصف مستوى الاصالة في خطاب التواصل العربي منسوباً إلى متوسط قيمة معامل الاصالة لعموم بلدان وطننا العربي (الشكل الرقم (٤ ـ ١٧)).

الشكل الرقم (٤ ـ ١٧)

أصالة المحتوى التواصلي العربي محسوباً منسوباً إلى متوسط معيار الأصالة



المصدر: أعد الشكل من البيانات المتوافرة في موقع مأرب للمحتوى الرقمي، وشمل بعداً زمنياً امتد خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

(٤١) المصدر نفسه.

ويبدو واضحاً أن المحتوى الاتصالي العماني هو الأكثر أصالة مقارنة ببقية البلدان العربية، بعد أن استقر عند حافات الدائرة الخارجية للأنموذج، بينما تأتي بالمرتبة الثانية مجموعة من البلدان العربية التي نجحت بحجز موقع لها في الجزء الوسيط من الدائرة الداخلية الثالثة، شملت كلاً من الأردن، والعراق، ومصر، والجزائر، وقطر، والإمارات. أما المرتبة الثالثة فقد امتد حضورها بين تخوم الدائرة الداخلية الرابعة، وأجزائها الوسيطة، فشملت كلاً من المغرب، وليبيا، ولبنان، والكويت، والسعودية، وسورية، وتونس، والسودان، واليمن.

وتكاد تتقارب مستويات الأصالة من حيث دورانها حول قيمة تقارب قيمة متوسط الأصالة الكلي، باستثناء عمان التي حققت طفرة كبيرة في تجاوزها قيمة المتوسط بعدة أشواط.

ولغرض سبر حضور الأصالة في مختلف قنوات التواصل الاجتماعي، حاولنا تبني مبدأ تقسيمها إلى ثلاث مراتب: مرتبة متراجعة تتميز مادة خطابها بآثار ضئيلة للابتكار، ومرتبة متوسطة تحتوي على بعض آثار الأصالة والابتكار، ومرتبة تحضر فيها الأصالة بجلاء في محتويات المادة التواصلية، وتؤشر نحو خطاب تواصلي أصيل.

وقد حاولنا مراجعة بيانات محتوى قنوات التواصل العربي التي وفرتها مؤسسة الفكر العربي، وحاولنا أن نؤلف من مادتها تصنيفاً يوضح مستويات حضور الابتكار في مادة الخطاب الذي يتواصل به المستخدمون العرب (انظر الجدول الرقم (٤ ـ ٤)).

الجدول الرقم (٤ ـ ٤)

مستويات حضور الابتكار في مادة الخطاب التواصلي على قنوات شبكات التواصل الاجتماعي في فضائنا العربي

فئة الخطاب التواصلي	نسب حضور مستويات الأصالة (بالمئة)		
	مرتبة متراجعة	مرتبة متوسطة	مرتبة أصيلة
خطاب فايسبوك	١٤	٢٧	٥٩
خطاب تغريدي	٥١	٣١	١٨
خطاب مدوّن	٥٢	٣٨	١٠
خطاب فيديوي	٩	١٩	٧٢
خطاب صوري	١٩	٣٠	٥١
خطاب المنتديات	٦١	٣٢	٧

ويبدو واضحاً أن الخطاب التواصلي الفيديوي هو الأكثر أصالة بين بقية قنوات التواصل الاجتماعي، بينما يأتي بالمرتبة الثانية الخطاب الذي يتواصل به المستخدمون العرب على صفحات

موقع فايسبوك، بينما يأتي الخطاب التواصلي المحمول في المقاطع الصورية بالمرتبة الثالثة؛ في حين تراجعت مستويات الأصالة في المدوّنات الرقمية العربية، بعد أن أُتخمت مادتها بالكثير من المواد المتكررة، وتحول الكثير من الخطابات المغرّدة إلى ثرثرة فارغة تكاد تخلو من قيمة معرفية مضافة. أما المنتديات فلوحظ أن الكثير من أعضائها يميل نحو إعادة نشر مشاركات أعضاء آخرين من المنتدى ذاته، أو منتديات صديقة، الأمر الذي انعكس سلباً على أصالة المحتوى وجعلها تستقر في نهاية القائمة على صعيد مستويات الأصالة المعرفية[٤٢].

٢ ـ تكامل المحتوى التواصلي العربي

شأنها مسألة غياب الأصالة عن الكثير من مادة المحتوى المعرفي الذي يتداوله المتواصلون عبر تطبيقات منصة شبكات التواصل الاجتماعي، فإن سمة التكامل ما زالت غائبة عن جزء كبير من هذا المحتوى، بحيث أثبتت الدراسة الأخيرة لهذا العامل أن حصيلته النهائية لم تتجاوز ١٨,٩ بالمئة، أي أن أربعة أخماس المحتوى الذي يسافر في خطابات المتواصلين يخلو من سمة التكامل التام[٤٣].

وقد اختلفت قدرات جمهور البلدان العربية، ومؤسساتها على صعيد بلوغ مرتبة مقبولة وفق معايير اختبار التكامل في مادة المحتوى المعرفي الذي يستوطن الخطاب التواصلي في فضاءاتها الرقمية. فتفوقت جماهير بعضها، وتراجعت جماهير بلدان أخرى، بينما توسطت جماهير بلدان أخرى فقاربت مستويات التكامل لديها متوسط ما تم تحقيقه في عموم فضاء المحتوى التواصلي العربي.

بيد أن الملاحظ هو ضآلة مقدار التقدم، أو التراجع عن متوسط الحصيلة النهائية للتكاملية، فالمغرب الذي تصدر القائمة لم تتجاوز قيمة تكامل المحتوى لديه ٢٣ بالمئة، بينما بلغت قيمتها لدى سورية التي رضيت بالمقام الأخير وبنسبة تكاملية قدرها ١٦,١ بالمئة، وترجحت بقية البلدان العربية بنسب مقاربة لقيمة الحصيلة.

(٤٢) المصدر نفسه.
(٤٣) المصدر نفسه.

الفصل الخامس

الدور المحتمل لفضاء التواصل العربي: توليد المعرفة وصناعة الوعي

توطئة

إن ثراء الحصيلة المعرفية التي تستوطن منصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي تُعَدُّ دافعاً ومحركاً أساسياً لتوجُّهنا نحو دراسة فرص توطين المادة المعرفية المنتَجة في منصات التواصل الاجتماعي في بنى ونماذج معرفية، تضمن استثمار حصيلتها وإعادة معالجة مضامينها لإنتاج معارف جديدة، وإنشاء نماذج محوسبة لنشرها، ودعم عمليات تقاسمها بين رواد شبكات التواصل الاجتماعية وغيرها من المنصات التي تتوافر بكثافة في فضاء تطبيقات الإنترنت المختلفة.

لم يعد هناك مجال للتشكيك بوجود مواد معرفية متنوعة، على صعيد العمق المعرفي الذي تتسم به مضامينها، وكثرة المواضيع التي عالجتها، وشمولها لمساحة واسعة من تفاصيل حياة المواطن العربي وما تحويه من آمال، وأحلام، وهموم، وتطلعات؛ الأمر الذي يحتم وجود أنموذج معرفي بين أيدينا يمكن أن يوفر لنا فرصة في حراثة هذا المحتوى المتنوع بمادته، والتنقير عن البذور المنتجة لمعارف جديدة، لإعادة بذارها بنهج راشد، واستنبات أفكار جديدة، ثمارها طيبة، ما سيسهم في انحسار البذور والعناصر الغثة التي لا تثمر بذورها سوى التشتت والضياع.

أولاً: غلّة خطاب التواصل الرقمي العربي

لقد أثبتنا خلال الفصل **الرابع**، حقيقة حضور، وتراكم لافت، لمحتوى تواصلي عربي أنتجته الأنشطة المستديمة بين المتواصلين في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي. وقد اتسم هذا المحتوى بتنوع مادته، وثراء معالجاته لمسائل متشعبة، فرضها واقعنا العربي بحسناته وسيئاته.

وسنحاول أن تكون غلّة هذا الخطاب التواصلي خلال ما يقارب عقدين من الزمن، لكي يتعمق اقتناعنا بوجود حاجة ملحة إلى المباشرة بعمليات جمع واستقصاء المفردات المعرفية التي استودعت في خطابنا التواصلي، واقتراح خطاطة معرفية جديدة تمارس مهمة الإدارة الرشيدة لمادة المحتوى التواصلي، وبما يضمن عدم ضياعها سدى، وإقرار خريطة طريق ترشد خطابنا الاتصالي نحو ممارسات تجعل منه خطاباً ملتزماً بمبادئ صائبة، تروم نشر المفردات المعرفية النافعة، والكف عن ترويج المواد الغثة، مع ديمومة السعي إلى تحويل البيئة التواصلية العربية إلى بيئة منتجة للمعرفة، تزخر بمادة تسهم في تطوير المهارات، وتبادل الخبرات، ودون المساس بفرصة الاستمتاع بتوثيق عرى علاقاتنا الاجتماعية، وغيرها من مجالات الترفيه الهادف.

أظهرت عملية الإحصاء والحصاد المعرفي التي قام بها أعضاء فريق مأرب أن حجم المحتوى الرقمي الذي استوطن في فضاء التواصل العربي خلال السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢ قد فاق ١١٦,٠٧٠,٢١٩ وحدة رقمية (انظر الجدول الرقم (٥ ـ ١)).

الجدول الرقم (٥ ـ ١)

توزُّع ملفات المحتوى الرقمي في فضاء التواصل العربي

المجال	النصوص	الفيديو	الصور	المستندات	المحاضرات	المجموع
فضاء التواصل	٢٢,٨٩٢,٥٤٠	٢٩٠,٢٩٤	٣٤٩,٨٤٧	٠	٠	**٢٣,٥٣٢,٦٨١**
فضاء التغريد	١,٥٤٧,١٩٦	٠	٠	٠	٠	**١,٥٤٧,١٩٦**
فضاء المدونات	١,٣٠٦,١١١	١٠٥,٧٣١	٨٣٠,٧٣٠	٣٥,٦٦٧	٦٦٤	**٢,٢٧٨,٩٠٣**
الفضاء الفيديوي	٢١,٣٥٧,٤٩٦	١,٣٩٦,٦١١	١	١	١	**٢٢,٧٥٤,١١٠**
فضاء الصور	٤,٤٧٢,٢٢٥	٠	٥٨٨,٢٧٥	٠	٠	**٥,٠٦٠,٥٠٠**
فضاء المنتديات	٦٠,٢٦٥,٦٦٩	١٨٢,٢٩٤	٤٣٥,٧٩٥	١٠١	١٢,٩٧٠	**٦٠,٨٩٦,٨٢٩**
المجموع	**١١١,٨٤١,٢٣٧**	**١,٩٧٤,٩٣٠**	**٢,٢٠٤,٦٤٨**	**٣٥,٧٦٩**	**١٣,٦٣٥**	**١١٦,٠٧٠,٢١٩**

المصدر: التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات) (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

وقد توزعت هذه الغلّة المعرفية على مجالات متعددة من فضاء التواصل الملتحقة بمنصة تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي. وهو ما يستحق منا عناية ولا سيَّما إذا علمنا أن هذه الحصيلة المعرفية قد أُنتجت خلال بعد زمني امتد بين السنوات ١٩٩٥ ـ ٢٠١٢.

اتسمت عملية نمو هذا المحتوى بموجات نمو وانحسار في بداياتها، إلا أن السنوات التي تزامنت مع حراك الربيع العربي، وتلك التي تلتها قد نشأ عنها مستويات نمو مميزة، أسهمت في

نمو كبير بمادة المحتوى المعرفي، مع إثرائه بمفردات متنوعة، وعلى مجال واسع من المواضيع والاختصاصات (انظر الجدول الرقم (٥ ـ ٢)).

الجدول الرقم (٥ ـ ٢)

نسب نمو مادة المحتوى المعرفي المستودع في فضاء التواصل العربي
خلال السنوات ٢٠٠٨ ـ ٢٠١٤

الحقل المعرفي	نسب النمو السنوي للمحتوى المعرفي لفضاء التواصل العربي (بالمئة)						
	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤
الفكر والثقافة والأدب	٣,٨	٣٢,٥	٤٨,٧	١٧٤,٤	٥٠,٣	١١٧,٢	٢٧٣,٠
العلوم الاجتماعية والإنسانية	١,٤-	٤١,٤	٦٣,٩	١٤٧,٦	٥٢,٦	١٢٢,٧	٢٨٥,٨
الإعلام والاتصال	٠,٩-	١٦,٠	٣٨,٥	١٥٠,٤	٥٣,٦	١٢٤,٨	٢٩٠,٩
التربية والتعليم	١٦,٩-	٣٥,٧	٣٤,٨	١٥٤,٢	٤٧,٠	١٠٩,٥	٢٥٥,٢
العلم والبحث العلمي	١٤,١-	١٥,٠	١٩,٧	١٥١,٣	٤٤,٢	١٠٢,٩	٢٣٩,٨
العلوم الأمنية والعسكرية	١٧,٩	٦,٦	٤٠,٤	٦٧٣,٠	٩٤,٠	٢١٩,٠	٥١٠,٣

المصدر: احتسبت بواسطة أنموذج إحصائي استثمر بيانات موقع مأرب لإحصاء المحتوى الرقمي العربي.

إن استمرار النمو في عناصر المحتوى المعرفي المسافر خلال الأنشطة التواصلية التي يمارسها المواطن العربي، سيؤدي، لا محال إلى تراكم حصيلة معرفية تحتّم علينا التفكير بابتكار آليات لضمان حصاد الثمار اليانعة، بعد استبعاد العناصر المشوشة، والمتكررة التي لا يمكن أن تنتج لدينا قيمة معرفية مضافة.

ثانياً: تحليل المحتوى المعرفي لخطابنا التواصلي

إذا كانت عملية تحليل الخطاب تُعنى بتحليل بنية نصوصه، وفقراته، وجمله، إلى عناصر أولية تعبر عن البنية اللغوية، وما تحمله من معانٍ ودلالات، فإن عملية تحليل المحتوى الرقمي للخطاب تحاول أن تحلل مادته إلى كيانات رقمية، تنتمي إلى أحد مركباته الأساسية: البيانات، والمعلومات، والمعرفة.

١ ـ المعرفة: تحليل معاصر للمصطلح

تُظهر مراجعاتنا للمعالجات المعاصرة لمفهوم المعرفة وجود تيارين في تحديد ماهيتها. يذهب أصحاب التيار **الأول** إلى التعامل مع المعرفة بوصفها حقيقة مطلقة تتسم بحضور كلي في حقول المعرفة العلمية المعاصرة. لذا فالمعرفة لديهم كيان مجرّد يحضر بمعزل عن ذات العارف. ولكي

نحصل على المعرفة يتحتم علينا توظيف مجموعة متنوعة من المعالجات الكمية على المحتوى لغرض التنقيب، أو التنقير، أو حصاد عناصرها المنبثة في الخطاب العلمي لغرض تقطير خلاصتها، وإدارة مواردها، واستثمار دلالاتها.

أما أصحاب التيار **الثاني** فيَعُدّون المعرفة منتجاً بنيوياً يترعرع داخل حدود المجتمع، لذا ينبغي أن نتعامل معها بوصفها إنشاءً اجتماعياً، ينصبغ بصبغة المجتمع، فغابت الخاصية المطلقة عن هذا المفهوم، وأصبح حبيساً بحدود المجتمع الذي ولد فيه نتيجة لعمليات التواصل والتفاعل المستديم بين أفراده. فارتبطت المعرفة لدى أصحاب هذا التيار بخبرة أفراد المجتمع، وحصيلتهم المعرفية، التي يمكن أن تنمو لتتحول بعد حين إلى رأس مال اجتماعي يمتلك قيمة مضافة تنبع من حصيلته المعرفية.

٢ ـ أنماط المعرفة المنبثّة في فضائنا التواصلي

تتنوع المفردات المعرفية التي تستوطن في فضاء التواصل العربي، والتي تسافر في مفردات الخطاب الذي تتداوله الكيانات الرقمية ضمن قنوات التواصل والتفاعل المختلفة.

أ ـ المعرفة الصريحة

يلتحق بالمعرفة الصريحة جميع النتاج الفكري الذي يدوّن في جميع أشكال الوثائق، والتقارير، وبراءات الاختراع، والصيغ والنماذج الرياضية والمنطقية التي أنتجها الفكر الإنساني لوصف تفاصيل الوقائع والحوادث بلغة العلم والتجربة المسترشدة بنهج سليم[١].

ويمكن أن تختزن موارد هذه الفئة من المعرفة، سواء بنصوص لغوية، أو منطقية، أو رياضية، أو في قواعد بيانات. فتسهل عملية نشرها على نطاق واسع، أو يعاد استخدامها، أو تمارس عملية تحرير وتعديل صيغها الرياضية بحسب ما يستجد من متغيرات يفرضها واقع مستجد.

ب ـ المعرفة الضمنية

تشمل المعرفة الضمنية كل ما يمتلكه الفرد من مهارات، وقدرات، وخبرات، وإجراءات وحلول تنطمر في خطاطته المعرفية ولم تجد لها فرصة بالتوثيق لعدم ميله إلى الإفصاح عنها، أو لعدم توافر آلة استدلال قادرة على ترجمة مضامينها إلى صيغ أو نماذج، يمكن نشر وتوسيع مجالات استخداماتها على مساحة واسعة من الحالات المقاربة.

بصورة عامة تتميز المعرفة الضمنية بانتمائها إلى الفرد الذي يمتلكها، وتتجذر أصولها في حصيلة الخبرات والمهارات التي استطاع المرء كسبها نتيجة عمليات التوظيف الرشيد، لآلة استدلاله

---

(١) J. Scott Holste and Dail Fields, «Trust and Tacit Knowledge Sharing and Use,» *Journal of Knowledge Management*, vol. 14, no. 1 (2010), pp. 128-140.

المنطقي، واقتداره على استثمار خلاصة تجاربه الذاتية (في التعامل مع الإشكاليات التي يفرضها الواقع) وترجمتها إلى حقائق، وقواعد منطقية حاكمة، يمكن أن يستخدمها، دون غيره، للتعامل مع حالات مماثلة.

٣ ـ الموارد الرقمية المنتجة للمعرفة التواصلية

بدايةً، تداخلت الحدود التي تفصل بين تخوم البيانات، والمعلومات، والمعرفة، لاعتقاد الكثير أن هذه الكينونات تعبّر عن ثلاث مراحل من التجليات المعلومية، ولأن كلاً منها يزودنا بمادة تثري حصيلتنا المعرفية، وترقى بعتبة إدراكنا للواقع.

ولما كان الفضاء الاتصالي يستمد مشروعيته من الحضور في فضاء المعلومات، فلا بد من أن تنصاع عناصر خطابه إلى الخطاطة الجديدة، وتعود الفروق لتحضر ثانية بين هذه العناصر الثلاثة.

إذاً، نحن أمام هيكلة هرمية تستقر البيانات على قاعدتها العريضة، بينما تعلوها طبقة المعلومات، ثم تستقر المعرفة على قمة الهرم. ويزداد كمُّ، وحجم، حضور هذه الكيانات كلما توجهنا من قمة الهرم باتجاه قاعدته، بينما تتعاظم القيمة المعرفية المضافة بالاتجاه المعاكس، الذي يسافر من قاعدة الهرم باتجاه قمته الشاهقة.

ويمكن أن نراجع الفروق القاطنة بين هذه الكيانات المعلومية الثلاثة من خلال مراجعة التعريفات التي اقتُرحت لبيان هويتها، وإرساء حدود فاصلة تجلي الغموض الذي يكتنفها (انظر الجدول الرقم (٥ ـ ٣)).

نكاد لا نعثر على توافق صريح في تفسير ماهية البيانات، والمعلومات، والمعرفة لدى كبار المتخصصين في حقول المعلوماتية وهندسة المعرفة، واجتماع المعرفة، ولا يزال الغموض يكتنف هوية هذه الكيانات، وطبيعة العلاقات التي تجمع فيما بينها، بعد أن استقرت في البيئة الرقمية الجديدة[٢]. بيد أن زج المفردات الثلاث في ساحة الخطاطة المعلوماتية وعلومها الرقمية، قد فرضت علينا إعادة التفكير بالأنطولوجيا الحاكمة لحضورها في الخطاطة الجديدة، وإعادة تشكيل عناصرها في النسيج الدلالي الذي بات جزءاً لا يتجزأ من بنيته الفريدة. فأصبحت البيانات عبارة عن كيانات رمزية تتميز بأنماط تخلو من المعنى، ويمكن أن تمتلك معنى قادراً على تغيير الحالة لدى المتلقي، عندما تستخدم، بوصفها مدخلات لعملية تفسير بواسطة خطاطة رشيدة. أما المعلومات فأضحت عبارة عن بيانات متحوّلة بعد أن امتلكت معاني نتيجة لتفسيرها وفق خطاطة تحاول أن تجد فحوى لحضورها ضمن مجال مقيّد. وفي جميع الحالات يمكن للمعلومات أن تتحوّل إلى مادة معرفية عندما يصار إلى توظيفها ضمن خطاطة استدلالية ترتكز على قاعدة معرفية تروم صناعة قرار، أو ترسيخ فهم.

(٢) Luciano Floridi, «Hyperhistory and the Philosophy of Information Policies,» *Philosophy and Technology*, vol. 25, no. 2 (May 2012), pp. 129-131.

الجدول الرقم (٥ ـ ٣)

بعض تعريفات البيانات والمعلومات والمعرفة وبيان للحدود الفاصلة بينها

الباحث	البيانات	المعلومات	المعرفة
Wiig, 1993	...	حقائق نسّقت لوصف موقف محدد، أو حالة ما.	حقائق، وتصديقات، واعتقادات، ومواقف، وأحكام، وطرائق.
Nonaka and Takeuchi, 1995	...	تدفق مستديم لخطابات مثقلة بالمعاني.	مجموعة من الالتزامات والاعتقادات التي تولدت عن تفسير الخطابات الواردة.
Spek and Spijkervet, 1997	رموز لم تفسّر أو تؤول بعد.	بيانات تحمل معان.	القدرة على إنشاء معنى.
Davenport, 1997	ملاحظات أولية ومبسطة.	بيانات تحمل مضامين وغايات محددة	معلومات قيّمة مستمدة من العقل الإنساني.
Davenport and Prusak, 1998	مجموعة من الحقائق غير المتصلة.	رسالة تريد إحداث تغيير في إدراك المتلقي	الخبرة، القيم، الرؤى، ومعلومات يتضمنها سياق الكلام.
Quigley and Debons, 1999	نص لا يمكنه توفير الإجابة عن مسائل وإشكاليات محددة.	نص يمتلك القدرة على توفير إجابة بصدد: الهوية، أو الزمان، أو المكان.	نص قادر على الإجابة عن مسائل تخص السببية أو الكيفية.
Choo, Detlor and Turnbull, 2000	الحقائق والخطابات.	البيانات التي تحمل معاني ودلالات.	الاعتقادات، أو الصدق، أو المبرهنات.

المصدر: Dick Stenmark, «The Relationship between Information and Knowledge,» Proceedings of IRIS 24, Ulvik-Norway, 11-14 August 2001, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.21.965&rep=rep1&type=pdf>.

ويمكن حلحلة هذه الإشكالية من خلال مراجعة الآليات المعرفية التي تمارَس على هذه الموارد بقصد تحقيق قيمة مضافة من حضورها في مختلف أشكال خطاباتنا التواصلية، والتي ستوجه عنايتنا نحو ثلاث معالجات تختص كل منها بإحدى هذه الموارد دون غيرها[٣].

أ ـ المعالجة الأولى: تفسير البيانات (Data Interpretation)

إن أحد الحدود التي تميز البيانات من المعلومات تكمن في كون البيانات عبارة عن رموز، أو قيم عددية، أو إشارات، أو أنماط، نوظفها في مادة خطابنا من دون أن نوجه عنايتنا إلى كشف اللثام عن دلالاتها، أو تفسير معانيها.

(٣) Agnar Aamodta and Mads Nygård, «Different Roles and Mutual Dependencies of Data, Information, and Knowledge: An AI Perspective on their Integration,» *Data and Knowledge Engineering*, vol. 16 (1995), pp. 191-222.

وتحفل خطاباتنا التواصلية بكثير من البيانات التي نوردها من دون أن نكلّف أنفسنا عناء تفسيرها، أو لا نمتلك حصيلة معرفية، أو أدوات قادرة على تفسير مكنوناتها. وتبقى البيانات مادة خاماً بانتظار من يفسر معانيها، سواء من جهة منتج الخطاب التواصلي، أو الذي يتلقاه عبر قنواته الاتصالية.

ويبرز في هذا المقام الدور الذي يمكن أن تمارسه الجماعات المتخيّلة في استثمار البيانات المنبثة في فضائها التواصلي الداخلي بممارسة عملية التفسير والبيان بحيث تنجلي معانيها لأفراد الجماعة، فتمنحهم ميزات وحصيلة معرفية تبزّ بقية الجماعات. وقد يمارس أفراد من أعضاء شبكات التواصل الاجتماعي المهمة ذاتها، بيد أن التأثير الذي ينجم عن عملية التفسير سيكون أقل تأثيراً في توليد حصيلة معرفية مناظرة.

ولا تقتصر عملية المعالجة على بيان لمعانيها اللغوية، وإنما تشمل سلسلة من المعالجات الدلالية التي تحاول أن تكشف المزيد من المعاني، والترابطات التي تثري الخطاب بمحتوى يمتلك قيمة مضافة. ولا بد من أن توظف الجهة التي تنهض بمهمة التفسير، حصيلتها المعرفية، التي ترعرعت في بيئتها الثقافية والحضارية، وجانباً كبيراً من الخبرات والمهارات التي تمتلكها لتعميق فهمه بمحتوى البيانات، ولإنتاج تفسير مقنع، قادر على إنتاج معلومات نافعة.

وهنا تبرز البصمة الفردية في تفسير مادة البيانات، وإضفاء معانٍ على مادتها، فتتعدد التفسيرات، وتتنوع المعاني التي يضفيها المتواصلون على البيانات التي تنبثّ في خطاباتهم المسافرة في قنوات شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

ب ـ المعالجة الثانية: تفصيل المعلومات وإعادة مراجعتها

إن تحوّل البيانات وتبدّل جوهرها إلى معلومات تحمل معاني مفيدة، لا يعني نهاية مطاف لهذه الشريحة المعلومية. فمتى تشكّلت مادة المعلومات الجديدة سنجد أنفسنا قبالة تحدّيات جديدة، لأنها لا تزيد على كونها معالجة أولية تفصح عن مفاهيم جديدة بحاجة إلى خطاطة قادرة على اختبار جوهرها، والشروع بجمع معلومات جديدة تشدّ عضدها، وتؤلف أرضية راسخة لصناعة قرار رشيد.

وفي هذه المرحلة يمكننا اعتبار أن المعلومات تراجعت على صعيد صدقية المحتوى (بالنسبة إلى المتلقي) إلى مستوى البيانات التي تفتقر إلى المزيد من المراجعة، والمعالجة لتأكيد مصداقية المعاني المحمولة. ولا يمكن أن يتم ذلك بلا توافر حصيلة معرفية قادرة على توجيه دفة المعالجة لإنتاج معانٍ مفيدة، الأمر الذي قد يحتم الحصول على المزيد من البيانات والمعلومات لاستكمال حلقة تفصيل المعلومات، والتأكد من صدقيتها.

ج ـ المعالجة الثالثة: تمثّل المعرفة

برغم أن المعرفة تشكّل جزءاً يسيراً من مادة الخطاب التواصلي، إلا أن هناك أكثر من فرصة لنموها، وتكاثر عناصرها نتيجة سلسلة عمليات التعديل التي تمرّ بها نتيجة التفاعل المستمر بين أصحابها، والفئات التي تتلقفها وتحرص على تمثّلها لجني بعض ثمارها.

ويطلق البعض على عملية تمثّل الموارد المعرفية مصطلح التعلّم الذي يعبّر عن عملية يتم خلالها تكامل، وزجّ، عناصر المعلومات المستحدثة في بنية الخطاطة المعرفية، بحيث تسهم في تطويّر آلتها التي تشترك بصناعة القرار، وتجاوز العقبات التي قد يفرضها الواقع.

ولا بد من التنويه إلى أن المعرفة لا تمتلك حضوراً عينياً شأن بقية الموجودات الملموسة، لأنها كثيراً ما تندرج، وتستقر، في نسيج معرفي يتألف من قواعد منطقية موجهة للفكر، أو مرشدة لممارساتنا نحو سلوك خبير. لذا تختلف المعرفة عن البيانات، والمعلومات بعدم وجود فرصة للإمساك بتلابيب عناصرها التي لا يمكن أن تحضر دون تمثلها، والسير على خطى قواعدها الصارمة.

وتتسم المعرفة، في الوقت ذاته، بقدرتها على إضفاء معانٍ جديدة على البيانات، وتوليد معلومات مستحدثة من مادتها الخام، نتيجة للتغييرات المستديمة التي تغزو كيانها المفاهيمي، وتعدد أبعاد معاينتها لمفردات الواقع، التي تسهم في إنتاج معارف جديدة. وتستمر هذه الصيرورة ضمن مسار مفتوح يجدد الدلالات المصاحبة لحضور البيانات، وإنتاج المعلومات من مادتها، ليغيِّر النهج الذي نعتمده في جمع البيانات، وابتكار آليات جديدة لاستنباط المعلومات من مادتها الخام، وتستحدث آليات جديدة لتقطير الخلاصة المعرفية، والتي قد تضطرنا في أحيان كثيرة إلى إحداث تغييرات جوهرية في الخطاطة الحاكمة لتمثلنا المعرفي.

٤ ـ آليات تجلية المعرفة ونشرها

لا شك في أن حضور حصيلة معرفية رصينة في فضاء التواصل العربي يعدّ أمراً مهمّاً وضرورياً، غير أنه لن يكون لهذا الحضور قيمة معنوية ما لم يتزامن مع وجود كيانات تمتلك آليات قادرة على توظيف مفردات الحصيلة المعرفية لإنتاج مادة معرفية تسد فراغاً في نسيج المعرفة العربي، أو تطور مهاراتنا وخبراتنا بمسار يمكن أن يُحدث تغييراً ملموساً على صعيد واقعنا العربي.

وفي عصر بات يعج بالمفردات المعرفية، بعد أن هيمنت خطاطته الجديدة على جل الآليات التي نوظفها للتعامل مع تفاصيل حياتنا المعاصرة، تزايد الاهتمام بالتنقير عن ماهية المفردة المعرفية، وتنافست الفرضيات والنظريات للتنقير في التربة الرقمية التي تستنبت فيها بذورها المبتكرة.

وإذا كانت المعرفة محط اهتمام الفلاسفة في قرون خلت فإنها أضحت هذه الأيام محط اهتمام حقل المعلومات، والاقتصاد الجديد الذي باتت آلته ترتكز بكثافة على المفردة المعرفية في تحقيق قيمة اقتصادية مضافة[٤].

ولا يمكن لهذه المفردات أن تمارس دوراً فاعلاً ما لم تمرَّ بسلسلة من التحوّلات، والدوران داخل حدود الفضاء التواصلي، وتتنقل بين كياناته المختلفة لضمان تلاقح بعضها مع بعض، ولمرورها بقنوات متنوعة للمعالجات المنتجة للمعاني والمفاهيم المستجدة التي تديم حضورها، وتزيد خصوبتها، وتوسع دائرة انتشارها بين جميع الكيانات القاطنة في هذا الفضاء التفاعلي.

أ ـ تجلية المعرفة الضمنية

تنطمر حصيلة معرفتنا الضمنية في مجموع الممارسات، والآليات، والقواعد الموجهة لآلة الاستدلال المعرفي التي تستوطن عقولنا. وتمارس أنشطة التواصل الاجتماعي، دور العامل المساعد لتلاقح وتكامل عناصر هذه المعرفة التي يصعب الإفصاح عنها بالوسائل التقليدية.

إن إدامة التواصل مع الآخر، والإحساس بالانتماء إلى حضيرة الجماعة المتخيّلة ذاتها، ستوطّد شيئاً فشيئاً العلاقة بين المتواصلين في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، وسينشب عن تنامي الثقة بين أطراف التواصل والتفاعل الحميم نمو الرغبة في تبادل موارد المعلومات التي بين أيدينا، والإفصاح عن عناصر كثيرة من المعرفة الضمنية، ببيان الأسباب الكامنة وراء اتقان المهارة، وكشف اللثام عن القواعد المنطقية التي يوظفها مقتني الخبرة، لضمان ممارسة رشيدة، تورث معرفة راسخة على أرض الواقع.

وكلما أحس المرء بوجود قواسم مشتركة مع الأفراد الذين ينتمون معه إلى الجماعة المتخيّلة ذاتها، واستشعر بحضور شراكة حقيقية على صعيد الأهداف، والنتائج المتوقعة عن استمرار التواصل والتفاعل مع بقية أفراد الجماعة، كلما أيقن بضرورة المشاركة بموارده المعرفية لضمان استمرار الجماعة المتخيّلة، وفرض خطابها في المحيط التواصلي، وتوطيد تفوقها على بقية الجماعات التي تشترك معها بالمكوث في فضاء التواصل الرقمي.

ويمكن أن نحدد شدّة الصلات الرابطة بين أفراد الجماعة المتخيّلة، وبين بقية الكيانات[٥] التواصلية الموجودة في فضاء التواصل الاجتماعي بمراقبة مستويات التقارب الحميم الذي يمكن

---

(٤) Shu-Chen Yanga and Cheng-Kiang Farn, «Social Capital, Behavioral Control, and Tacit Knowledge Sharing: A Multi-Informant Design,» *International Journal of Information Management*, vol. 29, no. 3 (June 2009), pp. 210–218.

(٥) آثرنا استخدام عبارة الكيانات التواصلية لوجود أكثر من مستوى للحضور التواصلي وبمراتبية تتدرج بدءاً بأفراد لا ينتمون إلى جماعة، إلى أفراد ملتحقين بجماعات متخيّلة، أو مواقع تعبّر عن جماعات متخيّلة، أو مواقع تواصلية تديرها شركات، وأخرى تدير دفتها مؤسسات حكومية.

تحديده بكشف مستويات التواتر التواصلي بين مختلف أطراف عملية التفاعل، والتي توفر لنا ـ أحياناً ـ فرصة تحديد قيمة الإزاحة المتخيّلة بين المتواصلين.

ب ـ تقاسم المعرفة الضمنية والصريحة

لا تتطلب عملية تقاسم المعرفة الصريحة جهداً استثنائياً، فهذا النمط من المعرفة يتميز بهيكلة عناصره وفق خطاطة معرفية واضحة، وتستودع مفرداتها في قواعد البيانات التي تخصص لخزن مصادرها الرقمية. وتختزن عناصرها، ضمن صيغ رياضية، أو منطقية، أو في نصوص ضمن بحوث، أو كتب، أو تقارير، وتدار بيئتها الرقمية بوساطة إدارة معرفية تذلّل العقبات التي قد تحول دون الوصول إلى المفردة المعرفية المناسبة، وتضع في الوقت ذاته محددات صريحة لمستويات ترخيص مختلف فئات المستخدمين الذين يحاولون الوصول إليها.

في المقابل، فإن غياب الهيكلة عن مادة المعرفة الضمنية وتوزّعها بين خبرات صاحبها، وتوطنها في ممارساته المختلفة تشكّل عقبة كبيرة أمام أي محاولة لنقلها بصورة مباشرة، وتقاسمها مع الآخرين[٦]. وهنا تبرز أهمية التواصل والتفاعل الحميم في تجلية المعرفة الضمنية من خلال تعدد اللقاءات، واستدامة الحوار الذي يمكن أن تفصح تفاصيله عن عناصر مهمة من مادة المعرفة الضمنية، وبيان طبيعة القواعد التي ترشد المستخدم نحو التمسّك بالخطوات الموافقة لممارسة سلوك يشابه سلوك الخبير، الذي صقلته الممارسة المستمرة، وحددت طريقه الخبرة الرصينة.

وهنا تبرز أهمية الدور المحتمل لتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتوافر فيها أكثر من فرصة لتقاسم المعرفة من خلال الأدوات الرقمية التي تدعم أنشطة التفاعل والمعرفة التعاونية، مثل: موقع فايسبوك، والمنتديات بمختلف أشكالها، حيث تتوافر أكثر من فرصة لحضور مستخدمين يمتلكون خبرة رصينة، ولديهم قناعة بجدوى المشاركة بعناصرها، ومحاولة تمحيص، ومراجعة مضامينها بواسطة الأدوات النقدية التي ترعرعت داخل حدود حصيلتهم المعرفية المتراكمة[٧].

٥ ـ كيف يمكن أن نستثمر مادة المعرفة التواصلية

يمكن للمحتوى المنبثّ في فضاء تواصل الشبكات الاجتماعية أن يؤلف مورداً خصباً لموسوعة متنوعة المعارف متى توافرت لدينا خطاطة معرفية رشيدة قادرة على تمييز الغث من السمين، والتأليف بين عناصرها لإنتاج مورد معرفي رصين.

ويمكن أن نمارس مراجعة سريعة على مادة المحتوى التواصلي لكي تتضح أمامنا حقيقة أنها تتألف من خليط غير متجانس من مفردات استُمِدَّت من خطابات متعددة، وانبسطت في مجال

(٦) Sirous Panahi, Jason Watson and Helen Partridge, «Social Media and Tacit Knowledge Sharing: Developimg a Conceptual Model,» *World Academy of Science, Engineering and Technology*, no. 64 (2012).

(٧) Holste and Fields, «Trust and Tacit Knowledge Sharing and Use».

منفتح على الكثير من مسائل حياتنا اليومية، التي تكاد تحفل بكل تفاصيل الخطابات الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والعقدية.

بيد أن هذا الخليط الخصب لا بد من أن يمتزج به كم هائل من الضوضاء والتشويش المعرفي، الذي يتولد باستمرار نتيجة تداخل المادة المعرفية الرصينة بمواد لم يكتمل نضجها، وأخرى قد أُنتجت بيد من لم يحسن صنعتها، أو من لم يلتزم بأخلاقياتها؛ الأمر الذي يشكل عقبة إزاء استثمار هذه الحصيلة المعرفية ما لم نجعلها عرضة لسلسلة من عمليات المراجعة، والانتخاب الموجّه، لاستبعاد موارد الفوضى والخلل، وتقطير خلاصتها المفيدة(٨).

ثالثاً: نهج تحليل الطوبوغرافية المعرفية للفضاء التواصلي

بصورة عامة، يمكن تمثيل التوزُّع الديمغرافي، لحضور رواد منصات شبكات التواصل الاجتماعي على شكل نسيج من العقد الرقمية، التي تترابط فيما بينها، بقنوات اتصالية/تواصلية تؤلف مادة النسيج الاجتماعي.

ويصنّف أعضاء الشبكات الاجتماعية إلى ثلاث مجموعات أساسية(٩):

أ ـ المجموعة الأولى: العقد المفردة

وتتألف العقد المفردة (Singletons) من مجموعة كبيرة من العقد المتوحدة التي التحقت بخدمة الشبكات الاجتماعية من دون أن تقيم أي ارتباط أو اتصال مع أحد أعضاء الشبكة الاجتماعية. وتعدّ هذه العقد مؤشراً على حضور مجموعة من أعضاء الشبكات الاجتماعية الذين يؤْثرون العزلة، ويحرصون على عدم إنشاء علاقة تواصلية، أو ممارسة أي بصمة لنشاط يلتحق بالأنشطة الاجتماعية التي تسود بيئة الشبكة.

ب ـ المجموعة الثانية: المركّبة العملاقة

وتؤلف هذه المركّبة العملاقة (Giant Component) الجزء الأساسي من نسيج الشبكة الاجتماعية، وتتألف من مجموعة كبيرة من أعضاء الشبكة الذين يترابطون فيما بينهم بعدة قنوات اتصالية/تواصلية توثّق عرى الصلات وبث مختلف أنماط الممارسات الاجتماعية فيما بينهم.

---

(٨) Gerhard Weikum and Martin Theobald, «From Information to Knowledge: Harvesting Entities and Relationships from Web Sources,» PODS'10, Indianapolis, IN, USA, 6–11 June 2010, <http://people.mpi-inf.mpg.de/~weikum/pods2010-weikum&theobald.pdf>.

(٩) Ravi Kumar, Jasmine Novak, and Andrew Tomkins, «Structure and Evolution of Online Social Networks,» KDD'06, Philadelphia, Pennsylvania, USA, 20–23 August 2006, <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/kumar06evolution.pdf>.

ويرتبط أعضاء هذه المركّبة بصورة مباشرة، أو غير مباشرة، وتشكّل مسارات تواصلهم الجزء الأعظم من الشبكة الاجتماعية، كما أن هؤلاء الأفراد يتميزون بنشاط مميز، ويصنفون ضمن أفرادها المتميزين.

ج ـ المجموعة الثالثة: المنطقة الوسيطة

وتمتد هذه المنطقة الوسيطة (Middle Region) على الجزء المتبقي من مساحة النسيج الشبكاتي للشبكة الاجتماعية، وتتألف مادتها من مجموعات متنوعة من الجماعات المتخيّلة المنعزلة، والجماعات المتخيّلة الصغيرة التي تؤثر التواصل فيما بينها، على أن توجه مسارات اتصالاتها مع المجاميع الكبيرة. وقد تتوسع دائرة حضور هذه المجموعة في بعض الشبكات الاجتماعية بحيث تنافس في حضورها حمى المركّبة العملاقة.

وتتسم بنية نسيج الشبكات الاجتماعية بصيرورة مستديمة، نتيجة للالتحاق المستمر لأعضاء جديد فيضفون عقدتهم الرقمية، والنسيج الذي يعكفون على حياكته بعلاقاتهم المتشعبة مع بقية أعضاء الشبكة، فتتوسع رقعة النسيج في موضع، بينما ينكمش النسيج في موضع آخر نتيجة لتوالي الهجرة، التي تنشأ عن التغير الحاصل في الميول والاتجاهات، والآراء، بين حين وحين.

وتتولد بين الحين والآخر جماعات متخيّلة متعددة داخل حدود المنطقة الوسيطة، إما من طريق النمو في الجماعات المنعزلة الذي يقوده أحد أفرادها المتميزين الذي يفلح في تجميع مجموعة من الأعضاء وجذبهم للالتحاق بجماعة مستحدثة، لا تلبث أن تلتحق بحضور مستقل ضمن المنطقة الوسيطة، أو تنصهر بعد حين ضمن المركّبة العملاقة؛ وإما نتيجة لتلاحم جماعتين أو أكثر من الجماعات المتخيّلة الصغيرة لتلتحق بالمنطقة الوسيطة، بحضور مميز يزيد من مساحة المنطقة الوسيطة.

لقد أظهرت الدراسات[١٠] وجود سبيلين أساسيين لالتحاق أعضاء جدد بالشبكات الاجتماعية: **الأول**، من خلال التسجيل في عضوية الشبكة نتيجة لسلسلة من عمليات التنقيب للعثور على ما يلبي توجهاتهم ورغباتهم الشخصية أثناء حضورهم في فضاء شبكة اجتماعية دون غيرها؛ **والثاني**، تلبية لدعوة وردتهم من صديق، أو زميل لتوسعة دائرة علاقاتهم التقليدية، وضمان انفتاحها على فضاء تواصلي مفتوح، يتجاوز عقبة الزمان والمكان، وما يفرضانه من قيود لضمان التقائهم، وتعميق عرى العلاقات التي تربط فيما بينهم.

١ ـ الطوبوغرافية المعرفية لفضائنا التواصلي

يمكن الكشف عن التضاريس والتكتلات الرقمية التي تصف الطوبوغرافية الافتراضية للمادة المعرفية المختزنة في مواقع منصات الشبكات الاجتماعية، والمسافرة في قنوات فضاء التواصل

---

(١٠) المصدر نفسه.

العربي، من خلال تعقب بصمات مختلف أنماط الخطاب التواصلي الذي ينشئه المستخدمون، ممن يقيمون في هذا الفضاء.

إن صعوبة إحصاء مستويات الحضور الذي يمارسه مستخدمو شبكات التواصل عند تفاعلهم مع الآخر، وتعدد منصات التطبيقات التي يوظفونها في بث خطابهم التواصلي، قد أجبرتنا على التوجه نحو اعتماد معيار التكتّل الرقمي الذي يناظر إلى حد كبير مفهوم الطوبوغرافيا الذي يستخدم في حقل الوصف الجغرافي.

فكلما تكثّف مستوى النشاط، وتكاثر عدد النقط الرقمية المتواصلة، فيما بينها، مع إدامة مستوى مطّرد من التفاعل المستديم، تعاظم حجم الكتل الرقمية، وبدأت طوبوغرافيتها بالتحول من النمط المستوي باتجاه تصاعدي يقارب تركيبة التلال، أو قد ترقى في صعائد نموها إلى سمْت الجبال الشاهقة، متى ازدادت شدة وكثافة الأنشطة التواصلية في عنقود من عناقيد شبكة التواصل الرقمي.

وعلى هذا الأساس فقد أفلحت تحرياتنا في مادة النسيج التواصلي بالعثور على ثلاث مناطق يمكن أن توفر لنا وصفاً مقبولاً لوصف الطوبوغرافية المعرفية لفضاء التواصل الرقمي العربي:

أ ـ منطقة المركّبة العملاقة

ويلاحظ حضورها في قلب الفضاء التواصلي العربي، وتهيمن عليها الجماعات المتخيّلة التي تقيم خارج الحدود الجغرافية للوطن العربي، بينما يبرز دور كل من الجماعات السعودية والمصرية من داخل الرقعة الجغرافية لوطننا العربي[١١].

وقد حاولنا تمثيل الطوبوغرافية المعرفية في هذه المنطقة على أساس نسبة المشاركة في إنتاج المادة المعرفية، ونسب توزعها على قنوات النشر التي تنهض بمهمة نشرها داخل حدود الفضاء العربي التواصلي (انظر الشكل الرقم (٥ ـ ١)).

تبلغ نسبة مشاركة المنطقة المجهولة جغرافياً في إنتاج المادة المعرفية حوالى ٥١,٧ بالمئة، بينما تأتي السعودية بالمرتبة الثانية، وبنسبة ١٩,٧ بالمئة، ومصر بالمرتبة الثالثة وبنسبة ١٧,٠ بالمئة، بينما ساهم المقيمون خارج حدود وطننا العربي بنسبة بلغت ١١,٦ بالمئة منها.

وهذا يؤكد أن جزءاً كبيراً، يكاد يصل إلى ٧٧ بالمئة، من المفردات المعرفية التي تسافر في قنواتنا الاتصالية ينتجها المواطنون العرب ممن لا تتوافر لديهم بصمة حضور رقمي يمكن أن يحدد موقع توطنهم الجغرافي. وتؤشر هذه الأرقام على حقيقة أن المستخدم العربي لا يزال يؤثر عدم الإفصاح عن هويته، أو منطقة توطنه الجغرافي، لعدم ثقته بمسألة الخصوصية من جهة، وانعدام الثقة بقدرة الفضاء المفتوح للإنترنت على ضمان توافر مناخ آمن يمكن أن يبوح به كل ما يدور

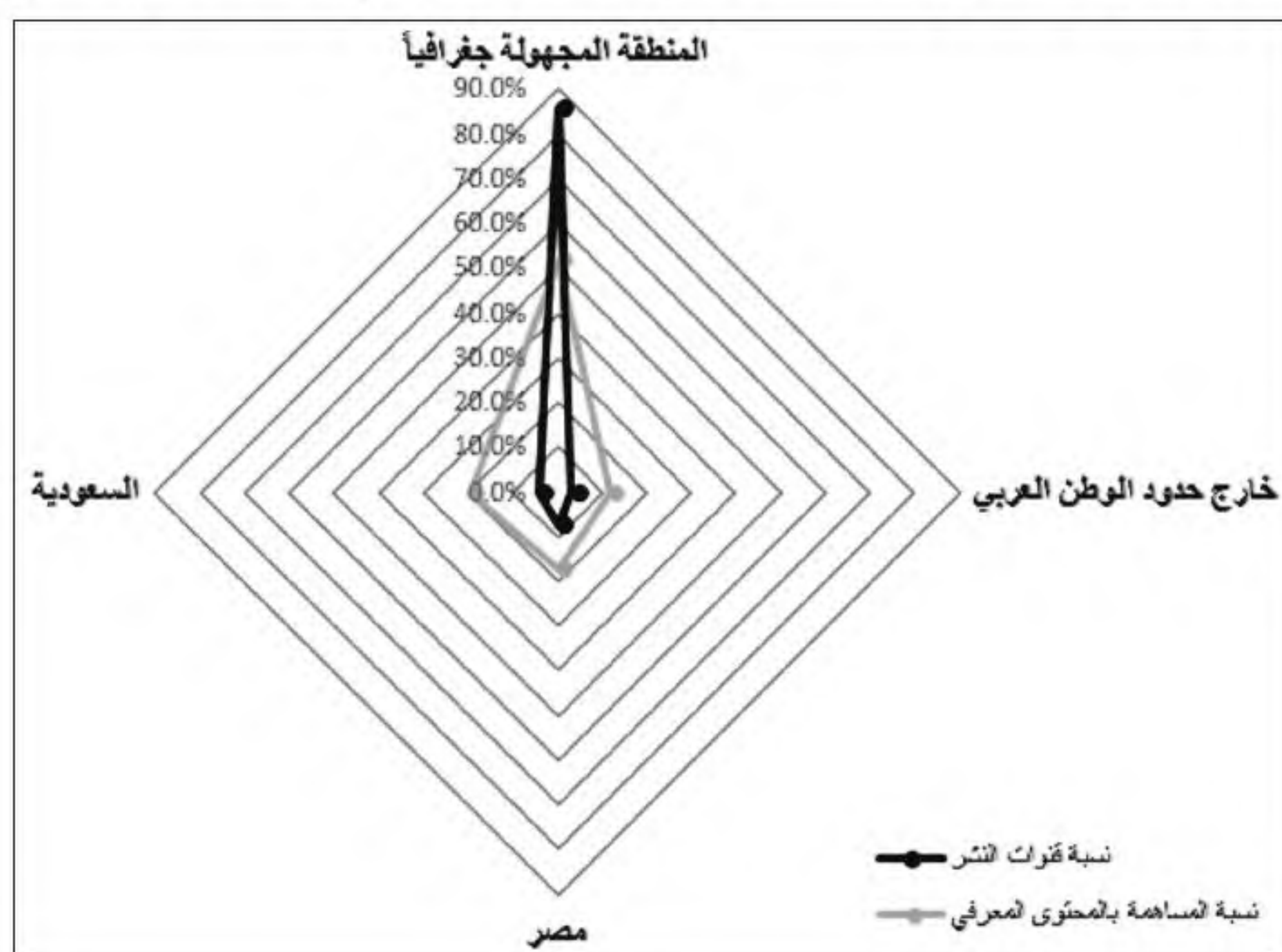
(١١) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات)** (بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣).

في ذهنه من أفكار، أو الإفصاح عن انتماءاته للجماعات المتخيّلة التي قد لا تقبل به الأعراف الاجتماعية، أو النظم السياسية الحاكمة.

بينما يمارس المستخدمون السعوديون (الذين ينهضون بمهمة نشر الخطاب الديني)، والمصريون (الذين ينهضون بإنتاج الخطاب الثقافي والفكري) دوراً فاعلاً في إنتاج ما يقارب ثلث المادة المعرفية التي تسافر في القنوات الاتصالية لفضائنا التواصلي العربي، والتي لا تشكل مادتها المعرفية مادة تتعارض مع منظومتي التقاليد والأعراف، أو الخطاب السياسي.

الشكل الرقم (٥ ـ ١)

الطوبوغرافية المعرفية لمنطقة المركبّة العملاقة في فضائنا التواصلي



أما على صعيد نسبة انتشار هذه المادة المعرفية في قنوات النشر، فقد ارتفعت نسبة قنوات النشر التي يوظفها أفراد المنطقة المجهولة جغرافياً فبلغت ٨٥,٥ بالمئة، بينما تراجعت نسبة المشاركة بالقنوات الاتصالية لدى الفئات المتبقية وتراوحت بين ٧,٢ بالمئة كحد أعلى بينما تراجعت فوصلت نسبتها إلى ٣,٢ بالمئة لدى المواطنين العرب الذين يقيمون خارج حدود وطننا[١٢].

وعند محاولتنا تحديد أماكن حضور المادة المعرفية في مختلف منصات الفضاء التواصلي تبين أن المستخدمين العرب الذين لا يرومون الإفصاح عن هويتهم قد نجحوا في احتلال المرتبة الأولى في إنتاج النصوص التي أُودعت بالمدوَّنات الرقمية العربية وبنسبة بلغت ٤٧,٧ بالمئة من الحجم الكلي للمادة المعرفية المودعة في المدوَّنات، بينما احتل المستخدم العربي الذي يقيم خارج حدود الوطن العربي المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت ١٥,٦ بالمئة، فالمواطن المصري بالمرتبة الثالثة وبنسبة

(١٢) المصدر نفسه.

بلغت ١٣,٧ بالمئة، بينما تقاسم بقية المستخدمين العرب ما تبقى من المادة المعرفية التي تبثّ في هذه القناة التواصلية[١٣].

ويكاد يتكرر المشهد ثانية على صعيد مواقع التواصل الفيديوي، إذ أُودعت هذه المادة التواصلية بواسطة مستخدمين لا يودون الإفصاح عن هويتهم أو مناطق توطنهم بنسبة بلغت ٤٧,٧ بالمئة، مقابل حضور للمستخدم المصري بنسبة بلغت ١٢,١ بالمئة، ثم المستخدم السعودي بنسبة بلغت ١١,٥ بالمئة. أما التواصل بالمحتوى الصوري فلم يختلف المشهد كثيراً إذ تجاوزت نسبة مشاركة الذين لا يرومون الإفصاح عن هويتهم ومناطق توطنهم ٦٧ بالمئة، بينما جاءت السعودية في المرتبة الثانية وبنسبة بلغت ٧,٣ بالمئة[١٤].

أما مواقع التواصل فقد حفلت المنطقة المركبّة العملاقة بمادة معرفية أنتجها قاطنو المناطق المجهولة جغرافياً، وبنسبة بلغت ٤١,٦ بالمئة، بينما أتى المغرّد المصري بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت ١٦ بالمئة، في حين بلغت نسبة المادة المودعة في تغريدات المواطن السعودي ١١,٦ بالمئة. أما بيئة التواصل الاجتماعي المفعمة بأنشطة التواصل والتفاعل فقد تزايد فيها حضور المستخدمين الذين لا يريدون الإفصاح عن هويتهم الحقيقة ومواطن حضورهم الجغرافي بشكل لافت لتصل نسبة المادة المعرفية التي ينتجونها إلى ٧٥ بالمئة من المحتوى المعرفي الكلي المودع في مواقع مستخدمي الموقع، بينما أتى المستخدم المصري بالمرتبة الثانية، وبنسبة متواضعة بلغت ٨ بالمئة، بينما بلغت نسبة مساهمة المواطن السعودي ٢,١ بالمئة، والتي تؤكد عدم رغبة جميع المتواصلين في الإفصاح عن هويتهم[١٥].

أما المنتديات العربية فقد شكلت المادة المعرفية المودعة في هذه المنطقة حوالى ٨٢,١ بالمئة من المادة التي أنتجت في عموم المنتديات، ويتفوق المستخدم السعودي في إنتاج المفردات المختلفة التي تبثّ فيها بنسبة بلغت ٤٠,٣ بالمئة، بينما يأتي المصري بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٢ بالمئة، ويلاحَظ تقارب نسبة مشاركة مجهولي الهوية مع هذه النسبة، حيث بلغت نسبة إنتاجهم للمفردات المعرفية حوالى ١٨,١ بالمئة[١٦].

ب ـ المنطقة الوسيطة

وتمتد في المنطقة التي تحيط بمنطقة المركّبة العملاقة، وتتميز هذه المنطقة بانغلاقها على ذاتها، وإدامة أنشطة التواصل والتفاعل بين أفرادها، دون التخارج نحو من يقيم خارجها.

(١٣) المصدر نفسه.
(١٤) المصدر نفسه.
(١٥) المصدر نفسه.
(١٦) المصدر نفسه.

وتهيمن على إنتاج مادتها المعرفية الجماعات المتخيّلة التي تقيم في الكويت، وسورية، والعراق.

تشكل المادة التي تنتج في هذه المنطقة جزءاً محدوداً من المادة المعرفية التي تنتج في عموم فضاء التواصل العربي، وبنسبة لا تتجاوز ٦,٨ بالمئة من حجمها الكلي. وتتوزع هذه النسبة بين المتواصلين والمتفاعلين من الكويت، وسورية، والعراق وبنسب متقاربة.

فتشكل نسبة المساهمة المعرفية الكويتية ٣٦,٧ بالمئة، بينما تشكل نسبة المساهمة المعرفية السورية ٣٢,٣ بالمئة. في المقابل يستأثر المساهم العراقي بالنسبة المتبقية البالغة ٣١ بالمئة(١٧).

ج ـ منطقة العقد المفردة

وتشكّل الرقعة التي تنتشر فيها عقد اتصالية مشتتة، وبمستويات تكتّل متوسطة أو منخفضة. وتنتشر الجماعات المتخيّلة لهذه المنطقة في بقية البلدان العربية وهي: الأردن، والجزائر، والإمارات، والمغرب، ولبنان، وفلسطين، والبحرين، وقطر، اليمن، وعمان، وليبيا، وتونس، والسودان.

ولا تتجاوز المادة المعرفية التي تنتج في هذه الرقعة الجغرافية الواسعة نسبة ١٦ بالمئة من المادة المعرفية الكلية التي تنتج في وطننا العربي، ولا تتجاوز نسبة مشاركة كل بلد من هذه البلدان نسبة ١,١ بالمئة من هذه المادة(١٨).

٢ ـ مستويات انطباق الطوبوغرافية الرقمية مع الواقعية

بعد أن نجح فضاء المعلومات في ابتلاع الفضاء التقليدي، وأكمل دائرته الإحاطية التي لفّت كرته العملاقة، بدأت دعوات هنا وهناك لابتكار خطاطة جغرافية جديدة قادرة على وصف جغرافية الفضاء الرقمي، وتمثيل مظاهر طوبوغرافيته المعقّدة بنهج يسهّل علينا تمثُّل فضائه المتخيّل، وتثبيت مواقع العقد الرقمية، وتحديد مواطن إقامة المستخدمين من المواطنين الرقميين، وغيرهم ممن يغتنمون الفرص بين الحين والآخر للولوج إلى فضائه الجاذب.

بداية أثبتت الدراسات أن الفضاء الجديد طرح توزيعاً جغرافياً فريداً لم يعد يتوافق البتة مع مبادئ الوصف الجغرافي التقليدي؛ فلم نعد نعثر على خريطة تتسم بالثبات الذي ينشأ عن رسوخ الحدود الجغرافية، ومسلك ترسيمها الذي استمد مشروعيته من وصف الواقع.

لقد تحوّل الوصف الجغرافي إلى منهج وصفي لتوطن العقد الرقمية، والتي يتحدد انتماؤها بحسب شبكة العلاقات التي تتواصل بها مع بقية العقد، فينشأ عن مسارات التواصل نسيج شبكاتي،

(١٧) المصدر نفسه.

(١٨) المصدر نفسه.

يمتلك بعد حين حضوراً جغرافياً ومظهراً طوبوغرافياً مميزاً على الخريطة الجغرافية للفضاء التواصلي.

بصورة عامة فإن اصطلاح البعد الافتراضي (Virtual Distance) قد برز ضمن الخطاطة الإدارية للقرن الحادي والعشرين لتلبية متطلبات طفرة مفاهيمية قادرة على التعامل مع إفرازات حضور فضاء المعلومات، والتكيف مع الشروط والممارسات الجديدة التي باتت تفتقر إليها عملية إدارة المعرفة في مختلف قطاعات الأنشطة التي تسري في كيان مجتمع المعلومات والمعرفة المعاصر. وقد آثرنا استعارة هذا المبدأ عند ممارستنا عملية وصف جغرافية فضاء التواصل بوطننا العربي، وترسيم الخصائص الطوبوغرافية لسريان الأنشطة في قنواته الاتصالية، مع ممارسة بضعة تعديلات بعضها جوهري، وبعضها الآخر جزئي لكي تتوافق مع سعينا إلى وصف جغرافية تواصلنا الرقمي[١٩].

وعلى هذا الأساس سيتألف البعد الافتراضي (الذي نوصي باستخدامه لوصف جغرافية الفضاء التواصلي) من المركبات الثلاثة التالية:

أ ـ البعد الفيزيائي، ويعتمد على الإزاحة الحقيقية التي تفصل بين عقدة معلوماتية وأخرى تصف حضور مستخدم، أو أداة رقمية تستخدم لضمان سريان الفيض الرقمي في قنوات التواصل المختلفة.

ب ـ البعد التفاعلي، ويصف الفجوة التي تفصل بين مستخدم وآخر على صعيد التواصل والتفاعل الرقمي، والتي تتناسب عكسياً مع تعمّق حميمية العلاقة التي تجمع بين المتواصلين، أو خفوت شدّة الوصل القائم بينهما.

ج ـ بُعد الانتساب، الذي يفصل بين الفرد والجماعة المتخيّلة التي التحق بها أثناء حضوره التواصلي، والذي يعتمد إلى حد كبير على خصائص البنية الاجتماعية للجماعة، وطبيعة العلاقات التي توطد الصلة بين أفرادها.

ومما لا شك فيه، أن قيمة البعد الافتراضي ستتألف من حاصل المجموعة الجبري للأبعاد الثلاثة السالفة. بيد أن عملية الجمع لن تكون مباشرة كما قد يتوهّم البعض نتيجة سمة التعقيد التي تتصف بها البنية الرياضية والهندسية لهذا الأنموذج، والتي تعمّقت نتيجة تداخل الواقعي مع الافتراضي، من جهة، وحضور الوصف الكمي للإزاحة المكانية مع الوصف النوعي الذي يتناول وصف العلاقة الرابطة بين الكيانات المتواصلة في فضاء متعدد الأبعاد، يحاكي الوصف الطوبوغرافي من جهة أخرى.

ولتجاوز عقبة التعقيد الشديد التي تسود بنية هذا الأنموذج، حاولنا تبسيط المفهوم من خلال مناقشة عناصر كل مركبة من هذه المركبات (انظر الجدول الرقم (٥ ـ ٤)).

---

(١٩) Karen Sobel Lojeski, *Leading the Virtual Workforce: How Great Leaders Transform Organizations in the 21st Century* (London: John Wiley and Sons, 2010).

الجدول الرقم (٥ ـ ٤)

وصف تبسيطي لعناصر مركّبات البعد الافتراضي الذي يستخدم في وصف جغرافية وطوبوغرافية الفضاء التواصلي

المركّبة	عناصر المركّبة	الوصف الافتراضي
البعد الفيزيائي	١ ـ البعد الجغرافي ٢ ـ البعد الزمني ٣ ـ البعد العلائقي	يمثل البعد الجغرافي البعد الحقيقي الذي يفصل بين أدوات المعلومات التي نستخدمها أثناء عملية التواصل مع الآخر؛ أما البعد الزمني فينشأ عن اختلاف التوقيت الزمني الفاصل فيما بيننا نتيجة الاختلاف في خطوط الطول، وتباين الوقت بعملية التفاعل الآني؛ أما البعد العلائقي فيرتبط بهوية العلاقة القائمة بين الطرفين وموقع كل منهما في نسيج الكيان الاجتماعي الذي ينتمي إليه.
البعد التفاعلي	١ ـ البعد الاتصالي ٢ ـ بعد تعدد المهام ٣ ـ بعد عدم التناسق التوزيعي	يمثل البعد الاتصالي البعد الزمني الذي تحدث خلاله عملية التواصل، ونسب تكرارها؛ ويرتبط بعد تعدد المهام بحجم وطبيعة المهام التي نمارسها أثناء حضورنا التفاعلي والتي قد تلفت انتباهنا التواصلي عن كيان بعد توجهنا نحو كيان آخر؛ أما البعد الأخير فيرتبط بطبيعة الهيكلة التي تصف حضوره ضمن الجماعة المتخيلة التي ينتمي إليها.
بعد الانتساب	١ ـ البعد الثقافي ٢ ـ البعد الاجتماعي ٣ ـ بعد العلاقة الاجتماعية ٤ ـ البعد التكافلي	أدى الإرث الثقافي والحضاري دوراً مهماً في تقارب المتواصلين أو تباعدهم بالآراء والأفكار، ويؤثر البعد الاجتماعي وطبيعة الهوية الاجتماعية في المسافة التي تفصل بين المتواصلين قرباً أو بعداً، أما البعد التكافلي فينشأ عن مستوى التماسك القائم بين المتواصلين وجماعاتهم المتخيلة.

ولقد بدأنا محاولات جديدة خلال السنتين الأخيرتين لتطبيق نماذج مقاربة لوصف حضور المادة المعرفية في فضاء المعلومات الافتراضي، بيد أنها ما زالت في بداياتها وتتطلب من العاملين عليها التعامل مع حجم كبير، ومتداخل من البيانات الكمية، والنوعية، لبلوغ وصف مقبول، ويمكن تمثّله لهذا الفضاء المتخيّل[٢٠].

رابعاً: توليد المعرفة وسريانها في الفضاء التواصلي

تتميز المفردات المعرفية التي تنبتّ داخل حدود الفضاء التواصلي بكونها، عبارة عن مزيج متدفق من النصوص والوسائط المتعددة، التي أودع فيها أصحابها خلاصة تجاربهم وخبراتهم،

(٢٠) Kamran Ali Ahmad Syed [et al.], «Dynamic Topography Information Landscapes – An Incremental Approach to Visual Knowledge Discovery,» paper presented at: *Data Warehousing and Knowledge Discovery: 14th International Conference, Vienna, Austria, September 3-6, 2012, Proceedings*, edited by Alfredo Cuzzocrea and Umeshwar Dayal, Information Systems and Applications, incl. Internet/Web, and HCI; vol. 7448 (New York: Springer, 2012), pp. 352–363.

والمبادئ التي تشكّلت عنها مادة مهاراتهم وتجاربهم في التعامل مع الإشكاليات التي يفرضها الواقع.

ويوفر الفضاء التواصلي مناخاً وبيئة خصبين لنشر المعرفة، وتداول مفرداتها، بين المنتمين إلى بيئته الرقمية، وزوارها عبر سلسلة من العمليات التي تلتحق بالهيكل البنيوي الذي تديره وتشرف على سير أنشطته خطاطة إدارة المعرفة المعاصرة. وتتضمن عملية إدارة المعرفة مجموعة العمليات التي تنخرط في مجموع الأنشطة التي تسعى إلى التنقير عن موارد المادة المعرفية، وآليات توليدها، ونشرها، وتقاسمها، وتنظيم مفرداتها، وخزنها، وإعادة إنتاج محتواها وفق معالجات جديدة تنتج معاني ومهارات، وخبرات مستحدثة.

ويكمن الدور المحتمل الذي يمكن أن يمارسه الفضاء التواصلي في إدارة المعرفة، في توفير مناخ ملائم للتواصل والتفاعل الحميم الذي يساعد على نشر المعرفة، وتقاسمها، نتيجة وفرة قنوات الاتصال الرقمية، دون وجود معوّقات قبالة سفرها بين العقد الرقمية المنتجة لمادة المحتوى المعرفي، والعقد التي تتلقى الفيض التواصلي الذي يحمل نبضاتها الرقمية المعبّرة.

وقد وفر نظام Web 2.0 منصة رقمية مثالية، ما برحت توفر للمستخدم، فرصة الوصول، والمساهمة، ووصف، وحصاد، وتأشير، وانتخاب مادة المحتوى المطروح (سواء كان نصاً، أو مادة لوسائط متعددة، أو مخططاً بيانياً) في مختلف أنماط الشبكات الاجتماعية، تمهيداً لإعادة إنتاجها وذلك من طريق زجّها في سلسلة من عمليات المعالجة التفاعلية التي تسهم في تحويلها إلى مادة ذات طابع اجتماعي، يستقطب فئات مختلفة، وينشئ مناخاً تواصلياً حميماً من خلال بثّ المادة في الفضاء التواصلي[٢١].

وتتحكم بتحديد مسار عملية التواصل المعرفي جملة الأسئلة والمسائل التي يتداولها القاطنون في البيئة التواصلية، لأنها تُعَدُّ مصدراً جاذباً للناشطين في إدلاء دلوهم للإجابة عنها، والإفصاح عمّا تحويه جعبة حصيلتهم المعرفية من مفردات غنية بإجابات شافية.

وقد حاولنا لملمة أهم المسائل التي حفلت بها بيئة الفضاء التواصلي العربي خلال عام ٢٠١٤، لنتلمس طبيعة العوامل التي أسهمت في تنشيط المناخ المعرفي الذي أسهم في تفعيل المزيد من الأنشطة التواصلية، وجذب الكثير من قاطني منصات الشبكات الاجتماعية إلى التفاعل، والتحاور، لإنتاج خطاب يرقى إلى مستوى الإجابة الرصينة عن هذه التساؤلات.

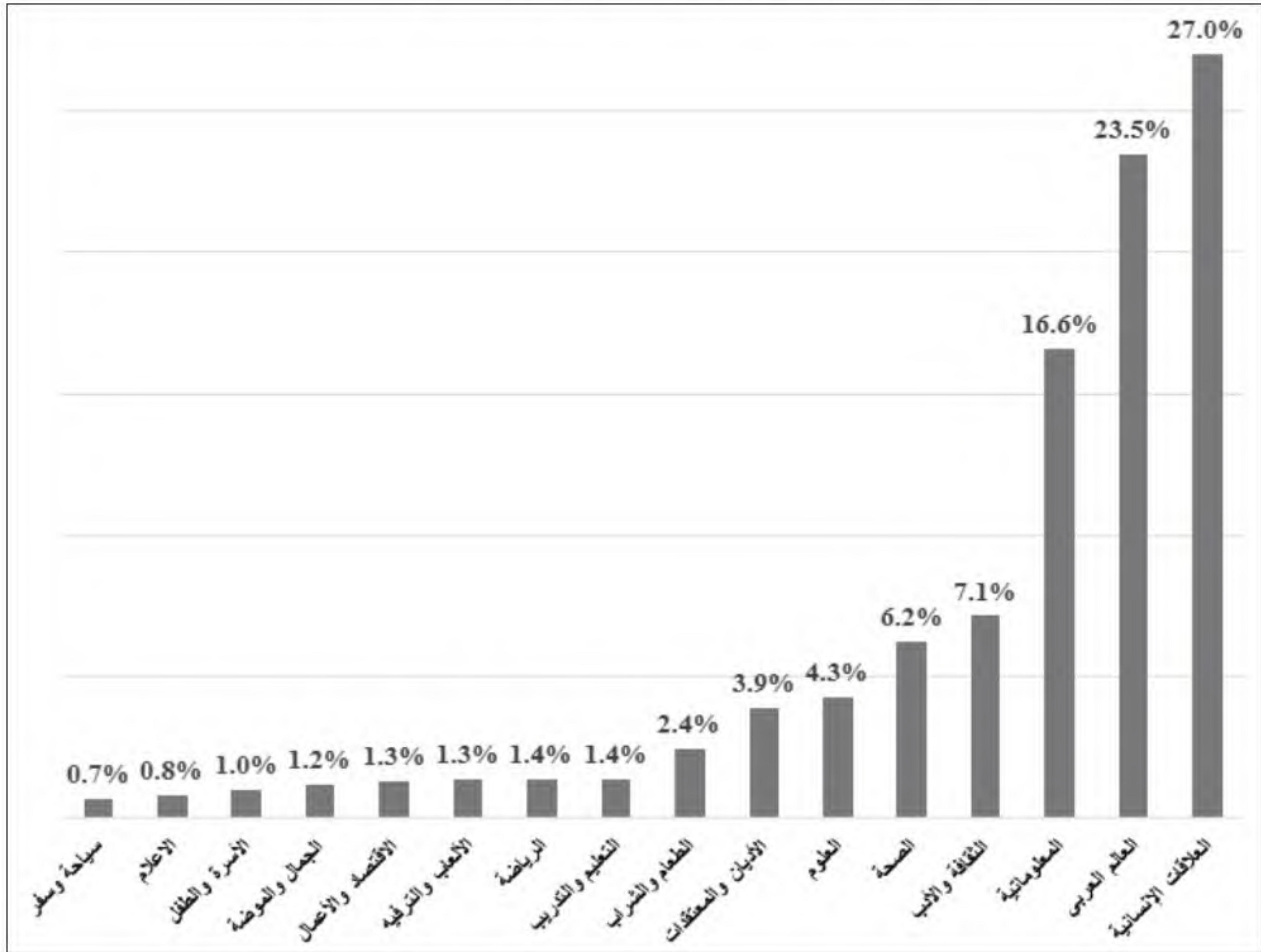
وقد حاولنا غربلة التساؤلات، وتبويبها إلى فئات جامعة، وأودعناها في الشكل الرقم (٥ ـ ٢) لكي تتضح أمامنا خريطة طريق التواصل العربي.

---

(٢١) Mohammed A. Balubaid, «Using Web 2.0 Technology to Enhance Knowledge Sharing in an Academic Department,» *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 102 (2013), pp. 406-420.

الشكل الرقم (٥ ـ ٢)

أكثر المسائل التي يطرحها المستخدم العربي في الفضاء التواصلي ويروم الحصول على إجابات عنها (بداية عام ٢٠١٥)



ويبدو أن العلاقات الاجتماعية هي الأكثر إلحاحاً وبنسبة بلغت ٢٧ بالمئة، بينما استأثرت الإشكاليات السياسية والاجتماعية، والاقتصادية بالمرتبة الثانية، وبنسبة ٢٣,٥ بالمئة، وجاءت المسائل ذات الصلة بتقنية المعلومات في المرتبة الثالثة، وبنسبة بلغت ١٦,٦ بالمئة.

١ ـ عناصر فضاء التواصل المعرفي العربي

يمكن أن نمثل فضاء التواصل المعرفي العربي بفضاء معلوماتي شامل يتألف من ثلاثة فضاءات ثانوية:

- فضاء معلوماتي.
- فضاء اتصالي.
- فضاء تعاوني.

ويوفر الفضاء المعلوماتي لأعضاء منصات الشبكات الاجتماعية، فرصة الوصول إلى المحتوى الرقمي المستودع في قواعد بياناتها، ومختلف أشكال الخطابات المودعة في نصوص مدوّنة، أو ملاحظات، أو تعليقات، أو تغريدات، أو ملفات وسائط متعددة.

وتعد عملية الوصول إلى المحتوى الثري الذي يبثّه المستخدمون في بيئة هذه المنصّات التواصلية، في توجيه مسارات إنتاج المادة المعرفية، وذلك لتوفيرها مادة خصبة يمكن أن تكون مورداً مثمراً لانتخاب ما نشاء من عناصر، ومباشرة عملية إعادة تشكيل مادتها لإنتاج معارف جديدة، واصطناع مناخ جاذب لتقاسم المعرفة وفق نهج تعاوني.

ويمنح الفضاء الاتصالي للقاطنين في نسيج الشبكات الاجتماعية الرقمية، فرصة تجلية المعاني الكامنة في مادة المعرفة الضمنية، أو بيان ما غمض من مادة المعرفة الصريحة من خلال استثمار مختلف القنوات التواصلية، والخدمات التفاعلية الداعمة، وفتح بوابة تبادل الآراء، وتلاقح الأفكار، حول طبيعة المضامين المستوطنة في عناصر فضاء المعلومات العربي المنبثّ في الفضاء التواصلي.

وتحت مظلة الفضاء التعاوني، يثمر الحوار البنّاء، والانفتاح غير المشروط على بقية القاطنين في الفضاء التواصلي، في التجلية التدريجية للمعارف الضمنية، وتحويلها إلى خطاب معرفي صريح، يمكن نقله إلى الآخرين، وتمثله ضمن حصيلتنا المعرفية الضمنية، فتتعمّق قدرتنا على إعادة إنتاج معارف جديدة، بعد أن ازداد حجم المفردات القاطنة في ذواتنا، وترسخت قدمنا في البيئة التواصلية.

٢ ـ تقاسم المعرفة في الفضاء التواصلي

يمكن أن نعرّف عملية تقاسم المعرفة بأنها نمط من التواصل والتفاعل بمفردات المادة المعرفية بين مجموعة من الأفراد بقصد توفير مناخ ملائم لانتقالها وانتشارها في كيان اجتماعي بحيث ينشأ عن تمثّلها ارتقاء بمستوى الحصيلة المعرفية، تتجلى من خلال تطوير نظرة أفراده إلى البيئة التي تقطن فيه، وتنمية مهاراتها وخبراتها للتعامل مع إشكاليات الواقع بنهج رشيد.

تتألف عملية تقاسم المعرفة (داخل حدود الفضاء التواصلي) من مركّبتين أساسيتين: **الأولى،** نقل المادة المعرفية من الحصيلة الشخصية للفرد، أو الجماعة المتخيّلة؛ أما **الثانية،** فتتضمن قدرة الجهة المتلقية على تمثّل عناصر المعرفة، التي ينتجها المستخدمون النشطون على شكل نصوص مدوّنة، أو تعليقات، أو ملاحظات، أو تغريدات، وترجمة مضامين خطابها التواصلي إلى مادة معرفية ممارسة، أو خبرة عارفة[٢٢].

(٢٢) Seyedjamal Zolhavarieh and Molood Barati, «Collision of Knowledge Sharing in Social Networks,» paper presented at: International Conference on Information and Knowledge Management, *International Proceedings of Computer Science and Information Technology* (IPCSIT), vol. 45 (2012).

وإذا أردنا مراجعة منصات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال منظور تقاسم المعرفة، فإن بيئة هذه المنصّات ستبدو عبارة عن بيئة رقمية متخيّلة، يرتبط فيها مجموعة من الأفراد، أو الجماعات (سواء كانت هناك علاقات مشتركة سابقة تجمعهم، أو كانت العلاقات التي تجمع بينهم آنية، أو طارئة) ويتواصلون بواسطة أدواتها بخطاباتهم المدوّنة، أو المرئية.

وتسهم بيئة منصّات الشبكات الاجتماعية في توفير مناخ تواصلي مفتوح يمنح المستخدم فرصة التواصل، والتفاعل، والإفصاح بحيث توثّق صلته مع الآخر، وتدفع بأعضائها إلى الاستئناس بحضوره والتوجه نحو التفاعل معه وبذل ما في الوسع لتقاسم المعرفة وبثّ الكثير من الأمور أثناء حضورهم الاتصالي.

بصورة عامة فإن الإقبال على نيل المادة المعرفية وتمثّل مضامينها يعد جزءاً مهماً من آلية التعلّم التي تستمد مواردها كنتيجة لعملية التواصل والتفاعل الإنساني، والتي تسهم إلى حد كبير في بناء شخصية وثقافة الأفراد، والجماعات المتخيّلة التي تقطن في الفضاء التواصلي للشبكات الاجتماعية. وتتضمن عملية التعلّم تقاسم المعرفة، وتبادل المعلومات، التي تتخذ من عمليات المشاركة، والاستكشاف، وتبادل الآراء أثناء عمليات التواصل والتفاعل الآني أدوات فاعلة لبناء معارف جديدة، وإثراء حصيلة الخبرات والمهارات الشخصية بمادة جديدة تستلهم من خبرات الآخرين وممارساتهم اليومية(٢٣).

بصورة عامة تنقسم الموارد المعرفية إلى قسمين، معرفة ضمنية (Tacit Knowledge) تستوطن في عقول بني البشر، ويصعب اكتشافها وسبر محتوياتها ما لم تبرز حاجة آنية للإفصاح عنها. أما المعرفة الصريحة (Explicit Knowledge) التي أنتجها العقل البشري وأودعها في نتاجه الفكري الذي عبّر عنه بواسطة نصوص مدوّنة، ومعادلات ونماذج رياضية أو منطقية، وحقائق موضوعية، وقواعد منطقية يسترشد بها في ممارسة سلوك رشيد(٢٤).

وتكمن العقبة الأساسية أمام تقاسم المعرفة الصريحة في الظفر بمواردها، والقدرة على تمثّلها بواسطة خطاطتنا العقلية. وقد وفر فضاء المعلومات كمّاً هائلاً من موارد المعرفة الصريحة، بحيث لم تَعُدْ هناك إشكالية تقف أمام حصولنا على مواردها، سوى القدرة على سبر مواقع هذا الفضاء بواسطة أدوات البحث والتنقير التي تتدرج من عبارات البحث التي ندرجها في مواقع مثل: غوغل (Google)، إلى توظيف أدوات التنقير عن البيانات والمعلومات (Data Mining Tools) التي تضع بين أيدينا كمّاً هائلاً من الموارد التي تنتظر منا بذل الجهود لإيداعها في قواعد بياناتنا أو توظيف معادلاتها وصيغها المنطقية لتوجيه مسارات تعاملنا مع مفردات الواقع. في المقابل، يمكن للمعرفة

(٢٣) Ben K. Daniel, Gordon I. McCalla and Richard A. Schwier, «Social Network Analysis Techniques: Implications for Information and Knowledge Sharing in Virtual Learning Communities,» *International Journal on Advanced Media and Communication*, vol. 2, no. 1 (2008).

(٢٤) Jianfeng Wang, «Use of Blogging, Social Networking Sites and Microblogging for Knowledge Sharing, Focusing on Information Management Students in Group Work,» (Master Thesis, University of Sheffield, England, 2011), <http://dagda.shef.ac.uk/dispub/dissertations/2010-11/External/JWang_100220696.pdf>.

الضمنية التي تستوطن عقولنا وتفصح عنها مهاراتنا وخبراتنا أن تنتقل إلى الآخر، فتتقاسم بمفرداتها ومضامينها (مع من نتواصل معهم) من خلال تجاذب الحديث، وتوسيع دائرة النقاش، وطرح التساؤلات التي تسهم بتثوير مادة المعرفة الضمنية، لكي يتلقفها الآخر، ويسّخر ما لديه لغرض تمثّلها وإدراجها ضمن حصيلة معرفته الضمنية، أو ترجمتها إلى معرفة صريحة ترتكز إلى مجموعة من الحقائق والقواعد التي توجه مسار سلوكه تحت مظلة معرفية رشيدة[٢٥].

وتتكامل عناصر المعرفة الضمنية مع المعرفة الصريحة من خلال جدلية التمثّل المستمر لعناصرهما وتحوّل المفردة المعرفية الضمنية إلى مادة معرفية صريحة يمكن لأفراد الكيان الاجتماعي تمثّلها إلى سلوك عارف، أو ترجمتها إلى خطاب معرفي مدوّن، أو رياضي/منطقي يمكن أن يستثمره الآخرون في تطوير حصيلتهم من مفردات معرفة ضمنية تستحدث من المعرفة الصريحة التي بلغت آلة استدلالهم المعرفي. وتستمر هذه الصيرورة في دورانها لإنتاج المزيد من المفردات المعرفية، أو إثبات تراجع بعض مفردات معارفنا الفردية، أو الاجتماعية، قبالة خطاطات معرفية جديدة، تفرزها عملية النمو المستديم في معرفتنا، بمستوييها الضمني والصريح.

أ ـ دور المدوّنات الرقمية في تقاسم المعرفة

بصورة عامة، تتسم المدوّنات الرقمية بجملة من الخصائص المميزة التي تشكّل وسطاً مناسباً لتقاسم المعرفة، والمشاركة بمواردها لدى المتواصلين من خلال فضائها الرقمي. ولعل من أهم هذه الخصائص: تنوّع الغايات التي تنشأ المدوّنات الرقمية من أجلها، فيمكن للمدوّن أن ينتخب الحقل المعرفي الذي يشاء أن يدور حوله فلك مدوّناته، وأسلوب الإفصاح عن آرائه، واهتماماته، وكيفية ردّه على التعليقات التي ترد على بوابة مدوّنته؛ عدم التزام المدوّن بجدولة زمنية عند تحديث محتوى مدوّنته، أو إضافة أو تحرير بعض الفقرات؛ للمدوّن حرية تامة، في تدوين ما يشاء من أفكار، وآراء، ونشر ما يشاء من المعلومات والمعارف التي يروم تقاسمها مع الآخر؛ عدم وجود عقبة زمانية أو مكانية تحول دون وصل المتواصلين عبر المدوّنات الرقمية على صعيد مطالعة المحتوى، أو إعادة إنتاج مادة الخطاب المطروح فيه.

هذا المناخ المعرفي المنفتح يدعم تقاسم المعرفة، وتبادل الآراء دون وجود قيود، وفي أي وقت نشاء، وعبر حزمة متنوعة من القنوات الاتصالية الرقمية. ويمكن للمدوّن أن ينتج خطاباً معرفياً موجهاً نحو الآخر، يثري معلوماته بحصيلة ثرية من المفردات التي تسهم في تطوير نهج تفكيره، ويدعمه بخبرات ومهارات تطورت في ظل معرفة ضمنية اكتسبها المدوّن خلال عقود من الزمن قضاها في التعامل مع إشكاليات الواقع.

---

(٢٥) C. S. Ramanigopal, G. Palaniappan and N. Hemalatha, «Social Networking: Problems and Prospects of the Knowledge Society,» *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, vol. 2, no. 2 (February 2012).

ويمكن لهذه المعلومات والمادة المعرفية أن تتطور، وتنمو نتيجة للتفاعل المستمر بين منتج الخطاب، والمتلقي الذي يمتلك حساً نقدياً، يفرض على منتج الخطاب إعادة مراجعة المادة المطروحة، وإعادة إنشاء المعرفة وتنميتها. وينشأ عن هذا النمط من التواصل فضاء تعاوني، يتوسع بالتدريج نتيجة التحاق المزيد من المتواصلين، ومع تكاثر مساهماتهم، وتعليقاتهم.

وإذا أردنا أن نوجه اهتمامنا نحو أنشطة تقاسم المعرفة في فضاء المدوّنات العربية، فسنجد أن هذا الفضاء لا يزال بعيداً من ممارسة الدور المعرفي المطلوب، ولأسباب عديدة، أهمها:

• خلوّ الكثير من المدوّنات الرقمية العربية من التدوينات، سوى تدوينة الافتتاح، عندما شرع صاحبها بوضع اللمسة الأولى على هيكلتها البرمجية. لذا فهي أوعية فارغة تخلو من ضجيج التواصل، والتفاعل.

• تراجع أعداد التدوينات في فضاء المدوّنة، بحيث قد لا يتجاوز عددها ٢ ـ ١٠ تدوينات مقتضبة، ما يفقدها القدرة على نقل مادة معرفية تصلح لأن تجذب الزوار، أو توفير مناخ تواصلي رصين.

• لا تزال مساهمة زوار المدوّنات محدودة، مع خلو فضاؤها التواصلي من التفاعل الحميم، فبقيت خالية سوى من ملاحظات مشتتة، تغيب عنها المادة المعرفية الركينة.

• تحوّل الكثير من المدوّنات إلى مَواطن للمطالعة السريعة، أو منطقة مرور سريع لزائر لا يهتم بتوثيق حضوره من خلال ملاحظة هادفة، أو تعليق يوجه اهتمام المدوّن نحو مسألة محددة ترقى بمحتوى مدوّنته.

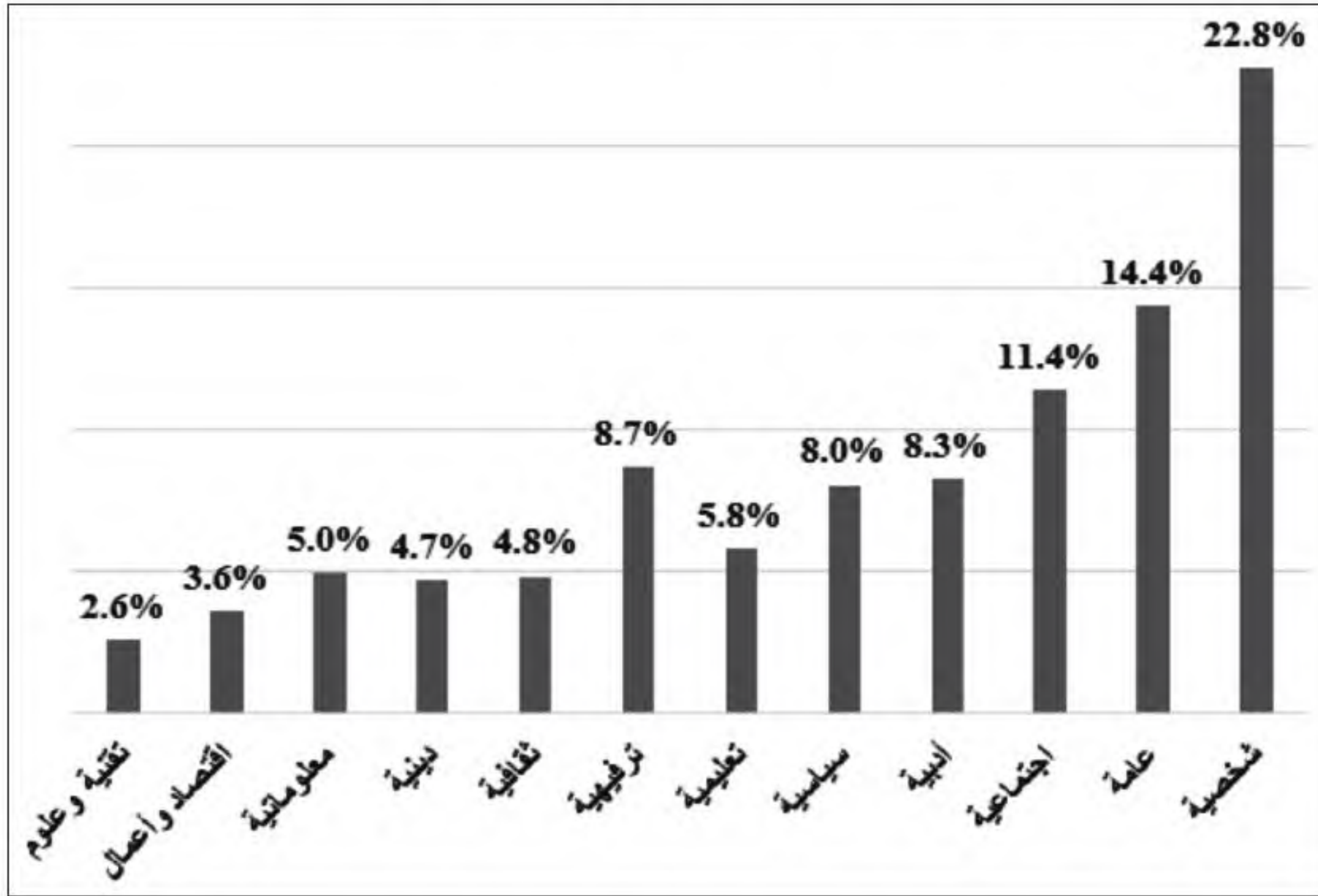
ورغم الأصالة التي يتسم بها الخطاب المودع في المدوَّنات العربية النشطة، إلا أن قلة الإقبال الجماهيري عليها، والهيمنة المستمرة لمواقع التواصل الاجتماعي قد أسهمت إلى حد كبير في نكوص المدوّنين على ذواتهم، وتحويلها شيئاً فشيئاً إلى وعاء لتدوين المذكرات الشخصية.

من أجل هذا نلاحظ تزايد نسبة المدوَّنات الشخصية، على حساب بقية الفئات (انظر الشكل الرقم (٥ ـ ٣)). وتأتي بعدها المدوّنات العامة، ثم المدونات الاجتماعية، بينما نلاحظ أن المدونات العلمية والتقنية قد استقرت في نهاية هذه الفئات.

في المقابل فقد توجه الكثير من مستخدمي فضاء المدوّنات إلى تحويل مدوناتهم إلى مستودعات رقمية تحفل بالكتب والمقالات المصورة، فوفروا بعملهم هذا حصيلة معرفية صريحة يمكن أن ينهل منها المستخدم العربي ما يشاء من مصادر الثقافة، والأدب، والفلسفة، والكتب الدينية، والسياسية، وغيرها من العلوم والفنون. فتحوّلت المدونات بالتدريج من بيئة معرفية تعتمد مبدأ التواصل والتفاعل الآني في نشر المعرفة وتطويرها، وإعادة إنتاجها، إلى بحيرة ساكنة، يلفها الصمت، وتمارس دور المكتبات الرقمية، التي يغيب عن ساحتها الكثير من الأدوات، والأنشطة المهمة التي جاءت بها منصّات الشبكات الاجتماعية.

الشكل الرقم (٥ ـ ٣)

فئات المدوّنات العربية في بداية عام ٢٠١٥



المصدر: أعد المؤلف هذا المخطط من حزمة الاحصائيات التي تعنى بالمدوّنات العربية.

ب ـ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقاسم المعرفة

يتسم الفضاء التواصلي لمنصة موقع «فايسبوك» بجملة من الخصائص التي تمنحه خصوصية إزاء بقية منصات شبكات التواصل الاجتماعي، مثل موقع «تويتر»، وموقع «لنكد إن»، وغيرها من المواقع على صعيد نشر المادة المعرفية وتقاسمها بين أعضائه وزواره.

بداية يمكننا القول إن هذا الموقع التواصلي قد سخّر معطيات بيئته الاتصالية للجمع بين المستخدمين الذين جمعتهم صداقات وصِلات حميمة خارج حدود بيئته الرقمية، بينما نلاحظ أن موقع «لِنكِد إنْ» يجمع بين مستخدمين يجتمعون بمهارات وخبرات احترافية متقاربة، من دون أن تشترط وجود علاقات مسبقة بينهم على أرض الواقع، كما أن موقع التغريد «تويتر» يقارب بين ومضات الفكر لدى منتجيها، ومتابعيها، أو ناشريها في فضاء رقمي قد لا يتوافق مع فضاء التواصل اليومي في كثير من الأحوال[٢٦].

إذاً، تتسم نقطة الشروع بالحضور التواصلي في هذا الموقع بوجود صداقة وعلاقات تربط بين العضو ومن يقبل بهم كأصدقاء في موقعه على فايسبوك. في المقابل تمنح هذه البيئة المستخدم

(٢٦) Jesper Taekke, «Facebook: Networking the Community of Society,» paper presented at: Conference Paper for the 11th Annual International and Interdisciplinary Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR): Internet Research 11.0 – Sustainability, Participation, Action, Gothenburg, Sweden, 21-23 October 2010, <http://pure.au.dk/portal/files/22479566/JT_AIR_paper_2010_final.pdf>.

فرصة تبويب الصداقات، والعلاقات الشخصية وفق هيكلية تهيمن على محتوى قنوات التواصل معهم، وطبيعة المعلومات التي يفصح بها أمامهم، عبر قائمة إعدادات تُعنى بمسائل الخصوصية، وتحتوي على حوالى ٥٠ فئة تبويب، تلتحق بها أكثر من ١٧٠ خاصية اختيارية يمكن للمستخدم أن ينتخب منها ما يشاء لتحديد خصائص قنوات تواصله مع الآخر على صعيد النشر أو الاستقبال لمحتوى خطابات التواصل.

من أجل هذا ذهب البعض إلى عَدِّ موقع «فايسبوك» خطوة لاحقة لفضاء الإنترنت المفتوح، والذي لا يفرض أية قيود على تدفق المعلومات في فضائه المفتوح، مقابل بيئة تواصل رقمي، تفرض حضور صلة صداقة أو عضوية للسماح بسريان أنشطة التواصل والتفاعل داخل حدود فضائه، ويقوم بإقصاء كل من لم تثبت صداقته أو حصلت قطيعة معه نتيجة لأمور مستجدة، أو نتيجة لتبدّل الآراء والتوجهات والأفكار.

وتمنح سمة تحديث الحالة (Status Update) للمستخدم فرصة إجراء تعديلات على نمط حضوره التواصلي، من خلال إضافة تحديث صورته الشخصية، أو بعض المعلومات التي تخص هويته، ما يمنح أصدقاءه فرصة التعليق على ما استجدَّ من أمور تخص حضوره المتخيّل، ويتولد عن تراكماتها سجلاً يؤرخ ويوضّح بالوقت ذاته بعض الأمور ذات الصلة بهذا التحديث الجديد. ويتمتع المستخدم بأكثر من خيار يمكن أن يحدد من خلاله هوية الأشخاص الذين يسمح لهم بالكتابة على حائطه، أو يحرمهم هذه الفرصة.

وينشأ عن شبكة الصداقات المفتوحة، والقبول بدعوات الصداقة التي قد تصل من أشخاص جدد لم تسنح للمستخدم فرصة لقائهم على أرض الواقع، بروز جماعات متخيّلة تتألف من مجاميع تروم الدخول في نقاشات، وأنماط من التواصل والتفاعل الذي يضفي معاني جديدة على العلاقات الرابطة فيما بينهم، والتي يمكن أن تتسع دائرتها بمرور الزمن لتشكّل بيئة خصبة لنشر المعلومات وتقاسم مفردات المعرفة المختلفة[٢٧].

وإذا حاولنا سَبر الدور المعرفي الذي يمارسه موقع «فايسبوك» سنجد أنه بالرغم من الإقبال غير المسبوق على الالتحاق ببيئة هذه المنصة الشبكاتية، فإن الكثير من الحسابات ما زالت تتسم بالجمود، وشحة مادة المحتوى المطروح فيها. كما أن فقرات الإعجاب، والمتابعة، والمشاركات لا تضفي بصمة معرفية أكيدة، رغم الدور الذي تمارسه على صعيد توثيق عرى التواصل والتفاعل بين أعضاء هذه المنصة الرقمية. إلا أن الكثافة العددية الهائلة للمشتركين والحاضرين في هذه البيئة يجعل منها البيئة الأكثر أهمية على صعيد اختزان المفردات المعرفية، والتفاعل بمضامينها، عندما نقارنها مع بقية المنصات.

---

(٢٧) Wang, «Use of Blogging, Social Networking Sites and Microblogging for Knowledge Sharing, Focusing on Information Management Students in Group Work».

بصورة عامة أظهرت عمليات المسح الشامل الذي قام به فريق مؤسسة الفكر العربي[٢٨] حضور ثلاثة أنماط أساسية لوصف المناخ الثقافي والمعرفي الذي يسود هذه البيئة:

النمط الأول: نمط تكاد تتفق عليه جميع فئات المشاركين من البلدان العربية، والذي ينطوي على تعميق الاهتمام بالمتغير الديني والثقافي مع حضور مسحة ترفيه في المواضيع المطروحة.

النمط الثاني: نمط فيه قدر كبير من الاتفاق، وهو الإعراض عن قضايا التعليم والعلوم، بشكل ملحوظ، بحيث استقرت هذه المسائل في قعر أولويات اهتماماتهم، وكذلك الحال بالنسبة إلى المسائل الاقتصادية.

النمط الثالث: نمط يسوده قدر كبير من التنوع والاختلاف، والذي يشمل بقية المسائل، حيث يلاحظ تباين كبير في نسب الاهتمام، أو الإغفال بين رواد الموقع من مختلف البلدان العربية.

وتبلغ نسبة المسائل المعرفية التي طرحت في هذا الموقع حوالى ٤٤ بالمئة، تليها القضايا الاجتماعية والإنسانية، والتي تستحوذ على ١٨ بالمئة، وبعدها، وبفارق طفيف، القضايا السياسية والقانونية والتي تستحوذ على ١٨,٨ بالمئة، ثم القضايا العلمية التي تستحوذ على نسبة ٦ بالمئة، والقضايا الاقتصادية بنسبة ٥ بالمئة، والقضايا الأمنية والعسكرية بنسبة ٤ بالمئة، وقضايا الإعلام ووسائل الاتصال بنسبة ٢,٨ بالمئة، وأخيراً قضايا التعليم بنسبة ٢,٦ بالمئة[٢٩].

إلا أن ما يؤسف له أن ما يعادل ٧٥ بالمئة من الخطاب المعرفي المطروح في هذه المنصة التواصلية قد جاء من مستخدمين آثروا إخفاء هويتهم، وتعمية حضورهم التواصلي، الأمر الذي يشكل عقبة أمام تقاسم مادتها المعرفية، بسبب غياب عنصر الثقة بالأرضية المنتجة لمادة الخطاب.

ورغم أن الأسس التي بزغ عنها هذا الموقع هي توثيق عُرى التواصل بين الأصدقاء والزملاء، إلا أن هذه البيئة ما زالت في وطننا العربي أسيرة مخاوف تنشأ عن عدم الثقة بالنفس، والخوف من هيمنة السلطة، والقيود والأعراف الاجتماعية. ورغم كل هذا يبقى هذا الموقع من أكثر المواقع ثراء بالمادة المعرفية، المتنوعة بمواردها، كماً ونوعاً.

ج ـ دور موقع التغريدات الرقمية في تقاسم المعرفة

تختلف البيئة المعرفية في موقع التغريد الرقمي، عن بقية المواقع في طبيعة الهيكلة التي تحكم عملية نشر المادة المعرفية، وتقاسمها، وتمثلها. فلدينا مغردون نشطون ينتجون خطاباً مغرداً يتميز باقتضاب عبارته، وتركيز مضمونها بمفردات محددة؛ وحلقات متابعين يتلقفون التغريدة، ثم يعاودون، في كثير الأحيان، عملية تغريدها إلى الآخر، ونشرها بكثافة في الفضاء التغريدي.

---

(٢٨) **التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات).**

(٢٩) المصدر نفسه.

وتؤدي شخصية المغرّد النشط دوراً مهماً في عملية الإقبال على التغريدة، وإعادة نشرها، لأن هويته، وثقله المعرفي، أو العقدي، أو الاجتماعي، أو السياسي، تؤدّي دوراً فاعلاً في الانصياع لخطابها، وإعادة التغريد به رقمياً.

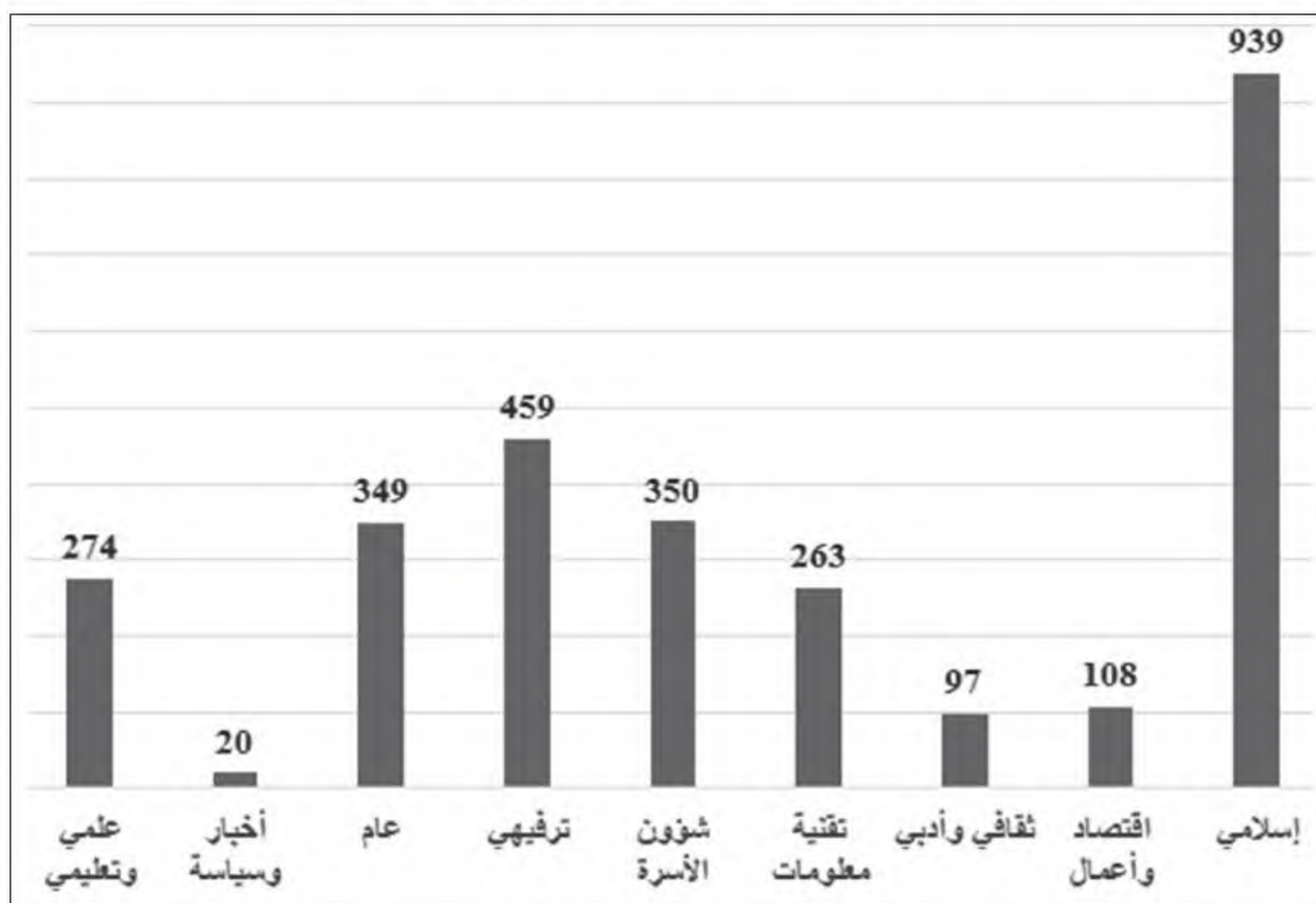
ونحن نعتقد أن موقع التغريد لا يبني معرفة، وإنما ينشئ وعياً لدى حلقات المتابعين، ولدى من يتلقى مادة خطابها، الذي تسلسلت عملية إعادة تغريده داخل هذا الفضاء. ونعتقد أن الثقة هي مفتاح الرضوخ للمحتوى، وأن عملية إعادة التغريد، لا تعني بالضرورة، تشكيل وعي راسخ، أو تنمية معرفة بالمضامين المطروحة.

د ـ دور المنتديات العربية في تقاسم المعرفة

تحفل المنتديات العربية بمواد معرفية خصبة، حرص أعضاء المنتديات على انتقائها من مواقع شتى، أو عكفوا على انتخابها من مواردها الأصلية، قبل أن يشاركوا بها في فضاء المنتديات العربية المختلفة (انظر الشكل الرقم (٥ ـ ٤)). ويبدو واضحاً من الشكل الرقم (٥ ـ ٤)، أن المنتديات الإسلامية، هي من أكثر فئات المنتديات العربية رواجاً، وتليها المنتديات الترفيهية، فمنتديات شؤون الأسرة بالمرتبة الثالثة. بينما يلاحظ انحسار المنتديات الثقافية، والسياسية بشكل ملحوظ.

الشكل الرقم (٥ ـ ٤)

الأعداد التقريبية للمنتديات العربية في بداية عام ٢٠١٥



المصدر: أعد المؤلف هذا المخطط من حزمة الإحصائيات التي تعنى بالمنتديات العربية. نود التنويه إلى أن هذه الأرقام ليست نهائية، فقد تتوافر أعداد أكبر منها بكثير، بيد أن عدم التزام المنتديات بالمعايير المعلوماتية قد يسهم إلى حد كبير في تغييب حضورها في قوائم البرمجيات المتخصصة بالتنقير عن مواقع المنتديات.

ورغم الدور الكبير الذي مارسته هذه المنتديات في بدايات دخول الإنترنت إلى البيئة العربية ولغاية بداية العقد الأول من القرن الحالي، فإنها بدأت بمرحلة التراجع والأفول التدريجي لأسباب عديدة، لعل أهمها الانتشار الواسع لتطبيقات منصة التواصل الاجتماعي، وميل المستخدمين إلى إنتاج خطاب آني دون بذل المزيد من الجهد لاصطناع محتوى رصين، كما أن آلية عملها ما زالت ملتصقة بنظام Web 1.0 نكاد لا نلحظ فيها حضوراً واضحاً للخصائص التفاعلية الجديدة التي جاء بها نظام Web 2.0 بعد أن التصقت خطاطتها بمبدأ طرح المادة المعرفية، واستجداء شكر المتلقي، أو إجابته المقتضبة على هذه المواد، ومن دون أن نلحظ حضور مناخ تواصلي حميم يؤشر بجلاء على تقاسم المعرفة، والمشاركة بمضامينها.

إن ما يحدث في بيئة المنتديات، هذه الأيام، ليس إلا محاولة لعرض سلع معرفية بالمجان، يتلقفها أعضاء المنتديات، أو زوارها، دون وجود ضمانة أكيدة حول تمثّل مادتها ومضامينها. لقد تحولت إلى أوعية رقمية للاقتناء بدلاً من التواصل والتفاعل المنتج لمفردات جديدة.

هـ ـ دور مواقع التواصل المرئي في تقاسم المعرفة

رغم الفاعلية والأصالة التي تتسم بها مواقع التواصل المرئي في فضائنا التواصلي العربي، إلا أنها لم تتحرر من النزعة الاستهلاكية، والمعالجات السريعة، والتي تفتقد قاعدة معرفية رصينة. بيد أن هذا الأمر لا ينفي وجود محاولات جادة لإنتاج مضامين جادة، وثرية بمفردات تعمّق معرفتنا بالكثير من المسائل التي تحفل بها حياتنا اليومية، والإشكاليات التي قد تعترضنا بين الحين والآخر.

وتبقى المقاطع الفيديوية الترفيهية العنصر الجاذب الأكبر لرواد التواصل في هذه المنصات، ثم المقاطع ذات الصلة بالممارسات والآداب الإسلامية، وتلك التي تعالج المسائل السياسية والاجتماعية.

٣ ـ واقع تقاسم المعرفة ومستقبلها في فضائنا التواصلي

تُعَدُّ الثقة بهوية الآخر الذي نتواصل معه، عاملاً مهماً في تشجيع المتواصلين على التقاسم بمواردهم المعرفية، على مستوى العطاء والإفصاح، من جهة، وتقبّل محتوى المادة المعرفية المطروحة، والمباشرة بعملية تمثّلها على شكل سلوك عارف يرشد المتلقي إلى النهج الأمثل، وينير مسارات طريقه نحو ممارسات عارفة تتجاوز الإشكاليات والمصاعب التي قد يفرضها الواقع عليه.

بيد أن ما لاحظناه اثناء سبر البيانات الخصبة التي وفرها موقع مأرب لتحليل المحتوى الرقمي العربي هو سيادة الموارد المعرفية التي أنتج خطابها في منطقة المجهول هوية، وتوطناً، والتي جاوزت في بعض الأحيان نسبة ٧٠ بالمئة من مادة المحتوى[٣٠].

---

(٣٠) المصدر نفسه.

فعلى سبيل المثال لا الحصر، أظهرت الدراسة أن متوسط النمو السنوي في المحتوى الرقمي الذي تنتجه هذه المنطقة قد بلغ ٧٩ بالمئة، وكان نموُّه في فضاء التغريد الرقمي الأكبر والأسرع، على الإطلاق وبنسبة ناهزت ٧٢٦ بالمئة، بينما جاء موقع التواصل الاجتماعي «فايسبوك» بالمرتبة الثانية، وبنسبة نمو بلغت ٣٥٥ بالمئة، وجاء موقع التواصل الفيديوي «يوتيوب» بالمرتبة الثالثة وبنسبة نمو بلغت ٢٩٩ بالمئة، واحتلت المدوّنات العربية المرتبة الرابعة، وبنسبة نمو ٢٥٥ بالمئة، بينما تلتها بالمرتبة الخامسة المنتديات العربية بنسبة نمو بلغت ٢٢٧ بالمئة، ثم مواقع التواصل الصوري بالمرتبة السادسة وبنسبة نمو قدرها ١١٠ بالمئة[٣١].

وإذا حاولنا التوغّل وسبر أغوار المفردات المعرفية التي تستأثر بنشرها هذه المنطقة، فسنجدها تتوزع على صعيد القضايا الثقافية والفكرية، وبنسبة ٤٤,٥ بالمئة، أما في محور القضايا الإنسانية، فيشكّل نسبة ٤٣,٨ بالمئة، والقضايا السياسية بنسبة ٣٦,٣ بالمئة، والقضايا العلمية بنسبة ٣٥,٥ بالمئة، والقضايا التعليمية بنسبة ٣٥,١ بالمئة، والقضايا الإعلامية بنسبة ٣٢,٧ بالمئة، ونسبة ناهزت ٣١ بالمئة على صعيد القضايا الاقتصادية[٣٢].

إن هذه النسب الكبيرة تشكّل مؤشراً سلبياً، على صعيد تقاسم المادة المعرفية المستودعة في الفضاء التواصلي، لأنها تشكل مساحات مظلمة يتخفى في ظلالها الكثيفة أفراد، وجماعات متخيّلة لا يودون الإفصاح عن هويتهم، وهو أمر ينعكس سلباً في قبول مادتهم المعرفية، والاستئناس بمضامينها، حتى ولو كانت توحي بصدقيتها في بعض الأحيان؛ الأمر الذي يقف عائقاً أمام ممارسة عمليات التقطير المعرفي لمادة المحتوى، أو توظيفها لإحداث نمو وصحوة معرفية عربيين قريبين تُستمد قوتهما وحصانتهما من هذا المحتوى الرقمي المتوافر لِطَيف واسع من المستخدمين، وبلا مقابل.

---

(٣١) المصدر نفسه.

(٣٢) المصدر نفسه.

خاتمـة

لقد نجح المواطن العربي في تحقيق قفزة نوعية على صعيد التعامل مع أدوات المعلومات والاتصالات، واستثمار تطبيقاتها لتلبية حاجاته الذاتية الاجتماعية، والثقافية، والسياسية. وإذا كانت شبكة الإنترنت البوابة الرئيسة التي أطل من خلالها المواطن العربي على فضاء المعلومات العولمي، وباشر سلسلة من عمليات ترسيخ حضور خطابه المعرفي على مواقع الويب المنتشرة عليها، فإن شبكات التواصل الاجتماعي قد أتاحت له فرصة الانفتاح على الذات، وعلى الآخر داخل حدود بيئته المحلية، فنهض بخطاب رقمي جديد، ووظف القدرات التي تتمتع بها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، فأنشأ بواسطتها، ومن خلالها بيئة متخيّلة استطاع أن يبثّ في بيئتها الرقمية خطابه المتمرّد على الواقع السياسي، والاجتماعي، ونجح في الإفصاح عما يجول في دخيلة ذاته، بعد أن اغترب عن ذاته، وتقمّص مجموعة متنوعة من الأقنعة كي يتعايش مع واقع يثقل كاهل ذاته المنهكة من واقع مرّ.

وعاش في الوقت ذاته فرصة الانفتاح على الآخر من أبناء وطنه العربي الكبير، وبدأ يمارس حرفة التدوين، وصناعة محتواه الشخصي، سواء من خلال هويته الحقيقية، أو بواسطة هوية رمزية، فتعمّقت ثقته في ذاته، وتشابك النسيج الذي يصله مع الآخر بحيث بات يقيم ضمن شبكة تتألف من خيوط متلاحمة من العقد المعلوماتية. فلم يعد لديه أي رغبة في مغادرة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح أكثر التصاقاً بها، ومأخوذاً بالخطاب الرقمي المتدفق كسيل جارف في مواقعها المختلفة.

وبات جلياً أمامنا من عمليات تحليل ديمغرافية وهوية الجماعات المتخيّلة التي تقيم في فضاء التواصل العربي، ومراجعة وتحليل مادة خطابها المطروح في الفضاء الاجتماعي الجديد أن

الحصيلة المعرفية للمستخدمين العرب قد بدأت بالنضج التدريجي لتشكل بيئة خصبة تدعم عملية إنتاج مادة معرفية يمكن أن نتعاون جميعاً على إحداثها، وتتلاحم جهودنا في التصريح عمّا نمتلكه من معرفة ضمنية، وخبرات.

ويمكن أن ترفد هذه الحصيلة المعرفية بقيمة مضافة ترأب جزءاً مهماً من الفجوة المعرفية القائمة، في فضاء التواصل الاجتماعي العربي، وتُجذّر أنماطاً جديدة من العلاقات التعاونية بين مختلف الكيانات العربية التي تقيم في فضاء التواصل الاجتماعي الرقمي، فتتوجه جميعاً نحو تقاسم موارده لضمان استدامة حضورها المحلي والعولمي.

لقد حصلت تطورات حاسمة في الدور الذي تمارسه البيئة الرقمية فتحوّلت خطاطتها من مبدأ «النشر والاستعراض» التي تمنح المستخدم فرصة قراءة المضامين المطروحة من دون أن يكون له أي دور في إعادة تشكيل مادة المحتوى، إلى جهة فاعلة تشارك في عملية إنتاج المادة المعرفية، ومراجعة المحتوى، وتحريره، والإضافة إليه، والتعاون مع ملايين المستخدمين الذين يستوطنون في الفضاء التواصلي على إنتاج سلع معرفية تتسم بحضور قابل للتعديل الآني، وعلى التوازي مع التطورات المتسارعة في المناخ المعرفي لتكون وجبة تُعَدُّ آنياً لتلبية طلب ماثل، بدلاً من أن تكون وجبة جاهزة بانتظار من سيروم الحصول عليها بعد حين.

تتوافر أمامنا فرصة سانحة هذه الأيام لاستثمار الحضور العربي المتنامي في البيئة الرقمية، وتحويل مساراته باتجاه تشكيل بيئة معرفية عربية، قادرة على توظيف المحتوى المطروح في مواقع الويب، والمدوّنات الرقمية، وبيئة ويكي التعاونية، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وغرف الدردشة، ومواقع المنتديات، وغيرها من التطبيقات التي تنفتح على الآخر للتعاون في إنتاج مادة معرفية أو معلومات تستودع في فضاء التواصل الاجتماعي الجديد.

وسنسهم بذلك، وللمرة الأولى، في توليد حصيلة معرفية رصينة، تتجاوز قيود المركزية، وتتسم بمعمارية مفتوحة، تمنح جميع أعضاء المجتمع العربي الرقمي فرصة المساهمة في تشكيل الأطر المتعددة للخطابات المطروحة في الفضاء الاجتماعي العربي المتخيّل، على أن تنهض هذه المعمارية المفتوحة بمهمة عملية التنظيم الذاتي للمواد المطروحة، فتمتلك شبكة أخبار تختص بها، ومواقع علمية تلبي حاجاتها الواقعية، ومواقع ترفيه تتناسب مع خصاصها، ومواقع توفر خدمات تلبي حاجاتها.

وإذا كانت ثورات الربيع العربي قد أيقظت لدينا الإحساس بهويتنا وتوجهاتنا السياسية الحقيقية بعيداً من قهر النظم الحاكمة المتسلطة، فإن البيئة المعرفية التعاونية ستوقظ في نفوسنا الحس المعرفي السليم الذي يتجاوز خطط التنمية المتراجعة، التي فرضت علينا، ولم تثمر سوى جدب معرفي، وتخلّف ثقافي، وأمية علمية بغيضة أبعدتنا من ركب التطور الذي يسيح في بلدان الجوار والعالم.

نذكِّر بأنه لن يكون للحصيلة المعرفية المتراكمة في فضاء التواصل الاجتماعي العربي، أو لدى جماعاته المتخيلة، أو أفراده، فرصة لأن تمتلك قيمة معنوية، ما لم تحضر فيه، حركة دؤوبة لإدامة إنتاجها، وتقاسمها مع من يشاركنا الفضاء ذاته لترسيخ التفاعل المشترك مع مفرداتها، وتطوير هيكلتها، وتنمية محتواها.

ولن تتولد هذه الحصيلة المعرفية عن فراغ، بل ستتشكل ملامحها، نتيجةً لصيرورة التفاعل الدائم بين ثقافة المجتمع الذي تستوطنه الجماعات المتخيّلة وأفرادها، والتي تؤثر بدورها في الأنماط التي تسود على مستوى الفضاء الاجتماعي الرقمي، والذي سينعكس لا محالة على الأنشطة والممارسات المعرفية للجماعات المتخيلة، والتي سينشأ عن حصيلتها النهائية صبغ ممارسات المواطن الرقمي العربي بسمات تجعله يختلف من بقية المواطنين الرقميين الذين يقيمون في فضاء اجتماعي آخر.

كشّاف بأهم الاصطلاحات المعلوماتية والتواصلية

المعمارية **Architecture**

اصطلاح يستخدم بكثرة في ميدان المعلومات والتطبيقات البرمجية لوصف الهيكلة الرياضية، أو المنطقية، أو التنظيمية، لكيان من الكيانات التي تستوطن في فضاء المعلومات وتطبيقاته المختلفة.

الرمز المتجسّد **Avatar**

استخدم اصطلاح الرمز المتجسّد لوصف الهوية الرقمية التي يتقمصها المستخدم أثناء حضوره في فضاء التواصل الاجتماعي، والتي تعبّر عن طبيعة ميوله الشخصية أثناء حضوره في فضاء التواصل الاجتماعي المتخيّل، والتي قد لا تمت بأي صلة إلى هويته الحقيقية التي يتواصل بها مع الآخرين في حياته اليومية.

فضاء التواصل المدوّن **Blogging Sphere**

يتألف من مجموعة المواقع التي تستوطن في منصات التدوين الرقمي (Web Blogging) والتي تتألف من مادة نسيجة من مجموعة النصوص التي يدونها المستخدمون في مدوناتهم الشخصية.

التنقيب في البيانات أو التنقير المعلوماتي **Data Mining**

آلية محوسبة تتسم بتوظيف آليات ذكية لسبر محتوى البيانات العملاقة للعثور على الأنماط التي تسود مادتها، وكشف عن ما يمكن في نسيجها من معان مستبطنة.

الحكومة الإلكترونية **E-Government**

اصطلاح يطلق على فضاء التواصل بين المواطن والمؤسسات الحكومية التي تؤسس حضورها في بوابات رقيمة لتوفير الخدمات والدعم الإلكتروني للمواطنين. وتتألف الحكومة الإلكترونية من حصيلة التفاعل الرقمي بين أربعة مركبات هي: خدمة الحكومة تجاه الحكومة G2G، والحكومة تجاه المواطنين G2C، والحكومة تجاه الموظفين G2E، والحكومة تجاه قطاع التجارة والأعمال G2B.

الهوية الرقمية **E-identity**

اصطلاح يطلق على الهوية التي يصطنعها المستخدم لوصف حضوره في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أو البريد الإلكتروني لتأسيس حضوره في فضاء الإنترنت.

دليل المساهمة الرقمية **E-Participation Index**

هو مؤشر يستخدم لوصف مستوى مشاركة المؤسسات الحكومية في طرح خدماتها للمواطنين ضمن فضاء الحكومة الإلكترونية.

دليل الأداء الرقمي **E-Performance Index**

هو مؤشر يستخدم لوصف مستوى أداء الحكومة في مواقعها وبوابتها الإلكترونية على صعيد توفير الخدمات والدعم للمواطنين.

المعرفة الصريحة **Explicit Knowledge**
وتشمل المادة المعرفية التي أنتجها العقل البشري وأودعها في حصيلته الفكرية، والذي يعبّر عنه بواسطة نصوص مدوّنة، ومعادلات ونماذج رياضية أو منطقية، وحقائق موضوعية، وقواعد منطقية يسترشد بها في ممارسة سلوك رشيد.

منتدى رقمي **Forum**
يتألف من موقع ويب، تبوّب محتوياته بحسب اهتمامات الجهة التي تشرف على المحتوى المطروح في المنتدى. وتوجد فئات مختلفة من المنتديات الدينية، والثقافية، والسياسية، والعلمية، والاقتصادية والرياضية. ويشرف على إدارة محتوى المنتدى أكثر من مستخدم، حيث يقوم بتنظيم مادة المحتوى، وتنظيم عملية التحاق المشتركين الجدد، ومراقبة المضامين المطروحة في صفحاته.

الاحتكاك الاقتصادي **Frictionless Economy**
يطلق هذا الاصطلاح على اقتصاد المعرفة وذلك لخلو مناخ الاقتصادية التي تمارس في فضائه الرقمي من أدوات الممانعة التي تسود في المناخ الاقتصادي التقليدي وتسبب نوعاً من الممانعة والاحتكاك الذي يتدافع مع عمليات نموه.

Google Generation, Next Generation, Generation Y, Generation C
مجموعة من الاصطلاحات التي اقترحت لوصف هوية المواطن الرقمي الذي بات يقيم بكثافة في فضاء الإنترنت، ويديم استخدام تطبيقات منصاتها المختلفة. وقد اقترحت معايير مختلفة لوصف من ينطبق عليه هذا الاصطلاح إلا أن أكثرها شيوعاً هو الذي حدد الفئة العمرية لهؤلاء بين ١٩ ـ ٢٤ عاماً مع امتلاكهم مهارات مميزة في استخدام أدوات المعلومات والاتصالات، وإدامة الحضور في فضاء الإنترنت لساعات طويلة.

مجتمع المعلومات **Information Society**
عبارة عن تركيبة اجتماعية تشكلت نتيجة للحضور المكثف لأدوات المعلومات والاتصالات في المجتمعات المعاصرة، حيث تشكل عملية إنتاج المعلومات، ونشرها، واستخدامها، واستثمارها الأساس الذي ترتكز اليه أنشطة المجتمع الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والعلمية والثقافية.
وتعد تقنية المعلومات والاتصالات والبيانات والمعلومات الرقمية لباب العمليات التي تسري في هذا النمط من المجتمعات الجديدة، بحيث أسهمت في تغيير هوية الخدمات التي تسود كيانه، والتي التصقت كياناتها بالمتغير الرقمي، فأصبحت التعليم الإلكتروني، والصحة الإلكترونية، والاقتصاد الرقمي، والحكومة الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية بديلاً جديداً للخدمات التي الفنها في مجتمعاتنا التقليدية.

محيط المعلومات **Infosphere**
اصطلاح نحته عالم المعلومات الإيطالي. الشهير لوتشيانو فلوريدي ليصف المحيط المناظر للمحيط الحيوي (Biosphere) حيث تستوطن أدوات المعلومات والاتصالات، ويسري فيض فضاء المعلومات بين المستخدمين بوصفه بديلاً من الفضاء الفيزيائي الذي نقطن فيه.

سعة حزمة خدمة الإنترنت **Internet Bandwidth**
اصطلاح يطلق على سعة حزمة الإنترنت المجهزة والتي تقاس بوحدة Mb/sec.

سلة خدمة الإنترنت والاتصالات **Internet Basket**
اصطلاح يطلق على أسعار خدمات الإنترنت التي توفرها مؤسسات المعلومات والاتصالات في بلد من بلدان العالم.

دليل اقتصاد المعرفة **Knowledge Economy Index**
أنموذج رياضي يوظف سلسلة من الحسابات التي يقاس من خلالها متوسط قيمة الدليل لبلد، أو منطقة ما، على أساس قيم متغيرات الأركان الأربعة لاقتصاد المعرفة. هي: منظومة الاقتصاد الوطني، التعليم والموارد البشرية، الابتكار والقدرة التنافسية، وأخيراً البنية التحتية للمعلومات والاتصالات.

دليل المعرفة **Knowledge Index**
تعتمد معادلته على قيم متغيرات ثلاثة أركان، بعد استبعاد متغيرات المنظومة الاقتصادية من الأركان الأربعة. هي: منظومة الاقتصاد الوطني، التعليم والموارد البشرية، الابتكار والقدرة التنافسية، وأخيراً البنية التحتية للمعلومات والاتصالات.

مجتمع المعرفة **Knowledge Society**
اصطلاح أطلق على المرحلة التي تلي نضوج مجتمع المعلومات وتكامل معماريته الاجتماعية. وتشكل عناصر المعرفة وأدواتها، وعملياتها الأدوات التي تدير العمليات السائدة في هذا النمط من المجتمعات الرقمية، وتصبح عملية إنتاج الموارد والسلع المعرفية والقيمة الاقتصادية المتحققة عنها المورد الأساسي لبيئته الاقتصادية.

تحليل الشبكة **Network Analysis**

اصطلاح يطلق على الآليات الرياضية التي تستخدم لتحليل نسيج شبكات المعلومات وانماط معماريتها.

Network Readiness Index

دليل تقييم مستوى الجاهزية الشبكاتية لمجتمعات المعرفة المعاصرة. وترتكز خطاطة هذا الدليل في تقييم مستوى الجاهزية الشبكاتية في مجتمع ما بواسطة دليل يسعى إلى تقييم: رصانة البيئة المعلوماتية، ومستوى الاستخدام الرقمي، وجاهزية النسيج الشبكاتي.

الذات الشبكاتية **Networked Self**

اصطلاح ابتكر لوصف هوية حضورنا الرقمي في شبكات المعلومات والاتصالات حيث نمارس سلوكيات، ونتقمص هويات ذات صبغة رقمية.

شبكات الويب النفعي Opportunistic Web Networks

هي منصة لتطبيقات شبكات تواصلية متنوعة، يتجمع أعضاء هذه الشبكات بناء على توافر صلات احترافية، أو أخرى تنشأ عن مصالح التجارة والأعمال. وينتمي إلى هذه الفئة من الشبكات منصة الشبكة الاحترافية LinkedIn التي تجمع المتخصصين في ميادين التقنية والأعمال.

الخطاطة **Paradigm**

اصطلاح استخدم لوصف نسق من المفاهيم والممارسات التي يتبناها المجتمع أو كيان من كياناته لتوجيه مسارات تعامله مع المحيط الذي ينتمي إليه، وتنظيم عناصر كياناته المختلفة.

شبكات تعنى بالعواطف والأحاسيس Passion-Centric Networks

تجذب هذه الشبكات أفراداً تجمعهم اهتمامات وهوايات مشتركة. ويطلق على الكيانات الاجتماعية التي تتولد عن الحضور التواصلي في هذه الشبكات مصطلح «جماعات الاهتمامات المشتركة»، وقد برر إطلاق هذا المصطلح على أفراد هذه الجماعات بسبب ارتباط تعريف الانتماء بهوية الاهتمام الجامع لأفرادها.

مضيف خدمة الإنترنت **Server**

اصطلاح يطلق على شبكات الحواسب التي تستضيف المواقع ومنصات التطبيقات الإلكترونية، مع توفير نظام لإدارة المحتوى، وضمان أمنها.

الرصيد الاجتماعي **Social Capital**

اصطلاح شاع استخدامه في ميدان علوم الاجتماع لوصف رأس المال المعرفي والحصيلة التي يمتلكها مجتمع من المجتمعات.

الحوسبة الاجتماعية **Social Computation**

اصطلاح أُطلق على مجموعة من آليات الحوسبة الرقمية التي شاع استخدامها في تحليل وسبر العلاقات المقيمة في نسيج الشبكات الاجتماعية التي تستوطن فضاء المعلومات وتؤلف عناصرها مادة الفضاء الاجتماعي التواصلي.

الشبكة الاجتماعية **Social Network**

اصطلاح ابتكر في ميدان العلوم الاجتماعية لوصف الكيانات الاجتماعية التي تشترك فيما بينها بنسيج من العلاقات والمصالح الاجتماعية والاتجاهات المشتركة. وقد استُعير هذا الاصطلاح في مجال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية التي استحدثت منصاتها الرقمية في فضاء الإنترنت فأضحى وصفاً لكثير من منصات التطبيقات ذات الصبغة الاجتماعية مثل: فايسبوك وتويتر...

عنقود التواصل الاجتماعي **Social Structure**

يُطلق اصطلاح عنقود التواصل الاجتماعي على البنية الشبكاتية التي يؤلف نسيجها كياناً اجتماعياً رقمياً يستوطن في إحدى تطبيقات منصات شبكات التواصل الاجتماعي.

معرفة ضمنية **Tacit Knowledge**

تتألف من المفردات المعرفية التي تستوطن في عقول بني البشر، ويصعب اكتشافها وسبر محتوياتها ما لم تبرز حاجة آنية للإفصاح عنها.

جماعات متخيّلة **Virtual Communities**

تتألف من مجاميع تروم الدخول في نقاشات وأنماط من التواصل والتفاعل الذي يضفي معانيَ جديدةً على العلاقات الرابطة فيما بينهم، والتي يمكن أن تتسع دائراتها بمرور الزمن لتشكّل بيئة حاضنة لنشر المعلومات وتقاسم مفردات المعرفة المختلفة.

جماعات الويب **Web Communities**

يُطلق على مجموعة من المستخدمين الذين يتمتعون بصلات قوية تنبع عن روابط إثنية، أو وطنية، أو دينية، أو اهتمامات واتجاهات مشتركة، حيث تمارس أنشطتهم التواصلية عبر مواقع الويب وتطبيقاتها المختلفة.

المراجع

١ ـ العربية

كتب

ابن فارس، أبو حسين أحمد بن زكريا. **معجم مقاييس اللغة.** تحقيق وضبط عبد السلام محمد هارون. بيروت: دار الفكر، ١٩٧٤.

البستاني، بشرى. **التداولية في البحث اللغوي والنقدي**. لندن: مؤسسة السياب للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، ٢٠١٢.

التقرير التأسيسي للمحتوى الرقمي العربي (الواقع ـ الدلالات ـ التحديات). بيروت: مؤسسة الفكر العربي، ٢٠١٣.

الجابري، محمد عابد. **الخطاب العربي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية.** ط ٥. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٤.

الزبيدي، أبو الفيض مرتضى بن محمد. **تاج العروس من جواهر القاموس**. بيروت: دار الهداية، ١٩٨٤.

شارودو، باتريك ودومينيك منغنو. **معجم تحليل الخطاب.** ترجمه عن الفرنسية عبد القادر المهيري وحمّادي صمّود؛ مراجعة صلاح الدين الشريف. تونس: المركز الوطني للترجمة؛ منشورات دار سيناترا، ٢٠٠٨.

عبد الرحمن، طه. **الحق العربي في الاختلاف الفلسفي.** ط ٢. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٨.

ــــــــ. **في أصول الحوار وتجديد علم الكلام.** ط ٢. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٠.

ــــــــ. **اللسان والميزان أو التكوثر العقلي**. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ١٩٩٨.

علي، محمد محمد يونس. **مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب**. بنغازي، ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة، ٢٠٠٤.

غيرتز، كليفورد. **تأويل الثقافات: مقالات مختارة**. ترجمة محمد بدوي؛ مراجعة بولس وهبة. بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٩. (علوم إنسانية واجتماعية)

فضل، صلاح. **بلاغة الخطاب وعلم النص**. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٢. (عالم المعرفة؛ ١٦٤)

المتوكل، أحمد. **الخطاب وخصائص اللغة العربية: دراسة في الوظيفة والبنية والنمط**. الرباط: دار الأمان؛ الجزائر: منشورات الاختلاف، ٢٠١٠.

________. **قضايا اللغة في اللسانيات الوظيفية: بنية الخطاب من الجملة إلى النص**. الرباط: دار الأمان، ٢٠٠١.

وولتون، دومينيك. **الإعلام ليس تواصلاً**. بيروت: دار الفارابي، ٢٠١٢.

دوريات

الرزو، حسن مظفر. «الجاهزية الإلكترونية للبلدان العربية وانعكاساتها المحتملة على فرص تفعيل بيئة اقتصاد المعرفة.» **المستقبل العربي**: السنة ٣٤، العدد ٣٩٦، شباط/فبراير ٢٠١٢.

رسائل جامعية، أطروحات

سكر، ماجد العبد. «التواصل الاجتماعي: أنواعه، ضوابطه، آثاره، ومعوقاته: دراسة قرآنية موضوعية.» (أطروحة ماجستير، قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ٢٠١١).

٢ ـ الأجنبية

Books

Abraham, Ajith, Aboul Ella Hassanien and Vaclav Snáel (eds.). *Computational Social Network Analysis: Trends, Tools and Research Advances*. London: Springer Verlag, 2011.

ARAB ICT Use and Social Networks Adoption Report, 2013. Dubai: Madar Research and Development, 2013.

Arab Knowledge Economy Report 2014: Youth and Localization of Knowledge. Dubai: Madar Research and Development, 2014.

Baumann, Sabine (ed.). *Cybercultures: Cultures in Cyberspace Communities*. Oxford: InterDisciplinary Press, 2013.

Bilbao-Osorio, Beñat, Soumitra Dutta, and Bruno Lanvin (eds.). *The Global Information Technology Report 2014 Rewards and Risks of Big Data*. Geneva: World Economic Forum and INSEAD, 2014.

Bostrom, N. and A. Sandberg. *The Future of Identity*. Oxford: Future of Humanity Institute, Faculty of Philosophy and Oxford Martin School, Oxford University, 2011.

Castells, Manuel. *The Information Age: Economy, Society, and Culture, the Rise of Networked Society*. 2nd ed. Sussex, UK: Wiley-Blackwell Publication, 2010.

Citizen Engagement and Public Services in the Arab World: The Potential of Social Media. 6th ed. Dubai: Mohammed Bin Rashid School of Government, 2014.

Dutton, William H. (ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Ensslin, Astrid and Eben Muse. *Creating Second Lives Community, Identity and Spatiality as Constructions of the Virtual*. London; New York: Routledge, 2011.

Etling, Bruce [et al.]. *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent*. Cambridge, MA: The Berkman Center for Internet and Society, Harvard University, 2009. (Research Publication, no. 2009-6)

Fraser, Matthew and Soumitra Dutta. *Throwing Sheep in Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World*. London: Wiley and Sons, 2008.

Floridi, Luciano. *The Fourth Revolution: The Impact of Information and Communication Technologies on Our Lives*. New York: Oxford University Press, 2014.

Forester, Tom (ed.). *The Microelectronics Revolution: The Complete Guide to the New Technology and Its Impact on Society*. Cambridge, MA: MIT Press, 1980.

Gelvanovska, Natalija, Michel Rogy, and Carlo Maria Rossotto. *Broadband Networks in the Middle East and North Africa Accelerating High-Speed Internet Access.* Washington, D.C: The World Bank 2014.

Global Digital Statistics, 2014: We are Social's Snapshots of Key Digital Indicators. We are Social, 2014.

Howe, Neil and William Strauss. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2009.

International Telecommunication Union [ITU]. *Measuring the Information Society 2013*. Geneva: ITU, 2013.

King, William R. (ed.). *Knowledge Management and Organizational Learning*. New York: Springer, 2009. (Annals of Information Systems; Book 4)

Klyukanov, Igor. *Principles of Intercultural Communication*. Boston, MA: Pearson Education, 2005.

Lojeski, Karen Sobel. *Leading the Virtual Workforce: How Great Leaders Transform Organizations in the 21st Century*. London: John Wiley and Sons, 2010.

Lytras, Miltiadis D. [et al.]. *The Open Knowledge Society: A Computer Science and Information Systems Manifesto*. Berlin Heidelberg: Springer verlag, 2008.

Masuda, Yoneji. *The Information Society as Post-industrial Society*. Tokyo: Institute for the Information Society; Washington, DC: World Future Society, 1980.

Mohammed Bin Rashid Al Maktoum Foundation [MBRF] and United Nations Development Programme [UNDP]. *Arab Knowledge Report 2010/2011: Preparing Future Generations for the Knowledge Society*. Dubai: MBRF and UNDP, 2012.

Mohammed bin Rashid School of Government [MBRSG]. *The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region*. Dubai: MBRSG, 2014. (Arab Social Media Report Series, Governance and Innovation Program)

El Morr, Christo and Pierre Maret. *Virtual Community Building and the Information Society: Current and Future Directions*. New York: Information Science Reference, IGI Global, 2011.

Mrutyunjaya Panda, Satchidananda Dehuri, and Gi-Nam Wang (eds.). *Social Networking: Mining, Visualization, and Security*. New York: Springer International Publishing, 2014.

Papacharissi, Zizi (ed.). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, 2011.

Patel, Fay, Mingsheng Li, and Prahalad Sooknanan. *Intercultural Communication: Building a Global Community*. New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd., 2011.

Richardson, John G. (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1985.

Schement, Jorge Reina and Terry Curtis. *Tendencies and Tensions of the Information Age: The Production and Distribution of Information in the United States*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 1997.

Tapscott, Don. *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill, 1998.

Toffler, Alvin. *The Third Wave*. New York: William Morrow and Company, 1980.

Tremayne, Mark (ed.). *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*. London: Routledge, 2007.

United Nations. *E-Government Survey 2012: E-Government for the People*. New York: United Nations, 2012.

________. *E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want*. New York: United Nations, 2014.

Vakali, Athena and Lakhmi C. Jain (eds.). *New Directions in Web Data Management 1*. Berlin Heidelberg, Springer-Verlag, 2011. (Studies in Computational Intelligence; 331)

Winograd, Morley and Michael D. Hais, *Millennial Makeover: MySpace, YouTube, and the Future of American Politics*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2008.

Periodicals

Aamodta, Agnar and Mads Nygård. «Different Roles and Mutual Dependencies of Data, Information, and Knowledge: An AI Perspective on their Integration.» *Data and Knowledge Engineering*: vol. 16, 1995.

Anggia, Pinkie and Dana Indra Sensuse. «Analyzing the Benefits of Blog for Enhancing Knowledge Management among Bloggers.» *International Journal of Computer Science Issues*: vol. 10, no. 2 (1), March 2013.

Antoci, Angelo, Fabio Sabatini, and Mauro Sodini. «Bowling alone but Tweeting Together: The Evolution of Human Interaction in the Social Networking Era.» *Quality and Quantity*: vol. 48, no. 4, July 2014.

Balubaid, Mohammed A. «Using Web 2.0 Technology to Enhance Knowledge Sharing in an Academic Department.» *Procedia - Social and Behavioral Sciences*: vol. 102, 2013.

Bryden, John, Sebastian Funk, and Vincent A. A. Jansen. «Word Usage Mirrors Community Structure in the Online Social Network Twitter.» *EPJ Data Science*: vol. 2, no. 3, 2013.

Chau, Clement. «YouTube as a Participatory Culture.» *New Directions for Youth Development*: no. 128, Winter 2010.

Chen, Irene Y. L., Nian-shing Chen, Kinshuk. «Examining the Factors Influencing Participants' Knowledge Sharing Behavior in Virtual Learning.» *Educational Technology and Soc*iety: vol. 12, no. 1, 2009.

Coleman, James S. «Social Capital in the Creation of Human Capital.» *The American Journal of Sociology*: vol. 94, 1988.

Daniel, Ben K., Gordon I. McCalla and Richard A. Schwier. «Social Network Analysis Techniques: Implications for Information and Knowledge Sharing in Virtual Learning Communities.» *International Journal on Advanced Media and Communication*: vol. 2, no. 1, 2008.

Durante, Massimo. «The Online Construction of Personal Identity through Trust and Privacy.» *Information*: vol. 2, no. 4, 2011.

Ferrara, Emilio. «Community Structure Discovery in Facebook.» *International Journal of Social Network Mining*: vol. 1, no. 1, 2012.

________. «A Large-scale Community Structure Analysis in Facebook.» *EPJ Data Science*: vol. 1, no. 9, 2012.

Floridi, Luciano. «Hyperhistory and the Philosophy of Information Policies.» *Philosophy and Technology*: vol. 25, no. 2, May 2012.

________. «The Informational Nature of Personal Identity.» *Minds and Machines*: vol. 21, no. 4, 2011.

Al-Hashem, Adel and Amin Shaqrah. «Social Knowledge Network as an Enabling Factor for Organizational Learning.» *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*: vol. 40, no. 1, June 2012.

Ho Chan, Randolph Chun [et al.]. «Knowledge Management Using Social Media: A Comparative Study between Blogs and Facebook.» *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 50, no. 1, 2013.

Holste, J. Scott and Dail Fields. «Trust and Tacit Knowledge Sharing and Use.» *Journal of Knowledge Management*: vol. 14, no. 1, 2010.

Hmelo-Silver, Cindy E. and Howard S. Barrows. «Facilitating Collaborative Knowledge Building.» *Cognition and Instruction*: vol. 26, no. 1, 2008.

Lebedko, Maria G. «Globalization, Networking and Intercultural Communication.» *Intercultural Communication Studies*: vol. 23, no. 1, 2014.

Linde, Charlotte. «Narrative and Social Tacit Knowledge.» *Journal of Knowledge Management*: Special Issue on Tacit Knowledge Exchange and Active Learning, vol. 5, no. 2, 2001.

Mosadegh, Mohammad Javad and Mehdi Behboudi. «Using Social Network Paradigm for Developing: A Conceptual Framework in CRM.» *Australian Journal of Business and Management Research*: vol. 1, no. 4 [63-71], July-2011.

Mustafa, Siti Ezaleila and Azizah Hamzah. «Online Social Networking: A New Form of Social Interaction.» *International Journal of Social Science and Humanity*: vol. 1, no. 2, July 2011.

Oestreicher-Singer, Gal and Lior Zalmanson. «Content or Community?: A Digital Business Strategy for Content Providers in the Social Age.» *MIS Quarterly*: vol. 37, no. 2, 2013.

Panahi, Sirous, Jason Watson and Helen Partridge.«Social Media and Tacit Knowledge Sharing: Developing a Conceptual Model.» *World Academy of Science, Engineering and Technology*: no. 64, 2012.

Prensky, Marc. «Digital Natives, Digital Immigrants, Part I.» *On the Horizon*: vol. 9, no. 5, October 2001.

________. «Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?.» *On the Horizon*: vol. 9, no. 6, December 2001.

Ramanigopal, C. S., G. Palaniappan and N. Hemalatha. «Social Networking: Problems and Prospects of the Knowledge Society.» *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce:* vol. 2, no. 2, February 2012.

Robins, Garry, Philippa Pattison, and Jodie Woolcock. «Small and Other Worlds: Global Network Structures from Local Processes.» *AJS*: vol. 110, no. 4, January 2005.

Rotman, Dana, Jennifer Golbeck and Jennifer Preece. «The Community is Where the Rapport Is – On Sense and Structure in the YouTube Community.» *C&T'09* (University Park, Pennsylvania): 25–27 June 2009.

Schechtman, Marya. «The Story of My (Second) Life: Virtual Worlds and Narrative Identity.» *Philosophy and Technology*: vol. 25, no. 3, September 2012.

Shannon, C. E. «A Mathematical Theory of Communication.» *Bell System Technical Journal*: vol. 27, no. 3, July 1948.

Vivian, Nathan and Fay Sudweeks. «Social Networks in Transnational and Virtual Communities.» *Informing Science*: June-2003.

Watts, Duncan J. «Networks, Dynamics, and the Small-World Phenomenon.» *American Journal of Sociology*: vol. 105, no. 2, September 1999.

Yanga, Shu-Chen and Cheng-Kiang Farn. «Social Capital, Behavioral Control, and Tacit Knowledge Sharing: A Multi-Informant Design.» *International Journal of Information Management*: vol. 29, no. 3, June 2009.

Zhang, Shaoke, Hao Jiang, and John M. Carroll. «Social Identity in «Facebook» Community Life.» *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*: vol. 2, no. 4, October-December 2010.

Papers and Conferences

Anggia, Pinkie and Dana Indra Sensuse. «Analyzing the Benefits of Blog for Enhancing Knowledge Management among Bloggers.» *International Journal of Computer Science Issues*: vol. 10, no. 2(1), March 2013.

Biel, Joan-Isaac and Daniel Gatica-Perez. «VlogSense: Conversational Behavior and Social Attention in YouTube.» Swiss National Science Foundation the National Center of Competence in Research (NCCR) on Interactive Multimodal Information Management (IM), Switzerland, 2010), <http://www.idiap.ch/~gatica/publications/BielGatica-tomccap11.pdf>.

Brodzky, Brandon. «Social Media User Statistics and Age Demographics for 2014.» Invision Consulting Inc. and AECIQ Inc., 2014.

Comninos, Alex. «Twitter Revolutions and Cyber Crackdowns User Generated Content and Social Networking in the Arab Spring and Beyond.» (Association for Progressive Communications (APC), 2011), <https://www.apc.org/es/system/files/AlexComninos_MobileInternet.pdf>.

Darmon, David [et al.]. «Detecting Communities Using Information Flow in Social Networks.» (University of Maryland, College Park, Paris, 2013), <http://www.santafe.edu/media/cms_page_media/500/CSSS13-dynComPaper%20(2)_1.pdf>.

Data Warehousing and Knowledge Discovery: *14th International Conference, Vienna, Austria, September 3-6, 2012, Proceedings*. Edited by Alfredo Cuzzocrea and Umeshwar Dayal. New York: Springer, 2012. (Information Systems and Applications, incl. Internet/Web, and HCI; vol. 7448)

Ferrara, Emilio [et al.]. «The Role of Strong and Weak Ties in Facebook: A Community Structure Perspective.» (Department of Mathematics, University of Messina - Italy, 2012), <http://www.emilio.ferrara.name/wp-content/uploads/2011/06/chasm2012slides.pdf>.

Garcia, Rosângela Silveira and Raquel Salcedo Gomes. «Sets, Actors and Acts of learning in Social Networks.» UFRGS, Brazil, 2014, <http://www.slideshare.net/Marcgomes/sets-actors-and-acts-of-learning-in-social-networks>.

Green, Jonathan. «Virtual Communities for Communication and Interaction.» FPG Child Development Institute, University of North Carolina, USA, 2007, <http://www1.fpg.unc.edu/community/knowledge-mobilization/assets/green_virtualcommunities_12-2007.pdf>.

Grundstein, Michel. «Three Postulates That Change Knowledge Management Paradigm.» LAMSADE Paris Dauphine University, Paris - France, 2012, <http://www.intechopen.com/books/new-research-on-knowledge-management-models-and-methods/three-postulates-that-change-knowledge-management-paradigm>.

Gupta, Sumeet and Hee-Woong Kim. «Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions.» Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems, New York, New York, August 2004, <http://www.virtual-communities.net/mediawiki/images/4/4a/SIGEBZ05-1115.pdf>.

House, Nancy van. «Weblogs: Credibility and Collaboration in an Online World.» paper prepared for CSCW Workshop on Trust, School of Information Management and Systems, University of California, Berkeley, CA, 2004, <http://people.ischool.berkeley.edu/~vanhouse/Van%20House%20trust%20workshop.pdf>.

Irimie, Rada Cristina and Babeş-Bolyai. «Social Media and Globalization: Measuring the Impact.» Communication and Public Relations, GIDNI, <http://www.upm.ro/gidni/GIDNI-01/Cpr/Cpr%2001%2016.pdf>.

Jin, Emily, Michelle Girvan and M. Newman. «The Structure of Growing Social Networks.» SFI Working Paper, no. 2001-06-032, Santa Fe Institute, June 2001, <http://www.santafe.edu/research/working-papers/abstract/1abae5d4cb251d93807d40e86d015904>.

Karvalics, László Z. «Information Society – What Is It Exactly? (The Meaning, History and Conceptual Frame Work of an Expression).» (Network for Teaching Information Society, Budapest, March-May 2007), <http://www.ittk.hu/netis/doc/ISCB_eng/02_ZKL_final.pdf>.

Kumar, Ravi, Jasmine Novak, and Andrew Tomkins. «Structure and Evolution of Online Social Networks.» KDD'06, Philadelphia, Pennsylvania, USA, 20–23 August 2006, <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/kumar06evolution.pdf>.

Mislove, Alan [et al.]. «Understanding the Demographics of Twitter Users.» (Fifth International Association for the Advancement of Artificial Intelligence Conference on Weblogs and Social Media, 2012).

Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. *Participative Web: User-Created Content, Working Party on the Information Economy*, DSTI/ICCP/IE(2006)7/FINAL,2007, <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>.

Patterson, Stacy and Bassam Bamieh. «Interaction-Driven Opinion Dynamics in Online Social Networks.» 1st Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10), July 25, 2010, Washington, DC, USA, 2010.

Pawlowski, Jan M. and Henri Pirkkalainen. «Global Social Knowledge Management: The Future of Knowledge Management across Borders?.» paper presented at: Proceedings of European Conference on Knowledge Management-Spain, June 2012, <http://users.jyu.fi/~japawlow/Global%20Social%20Knowledge%20Management_ECKM2012_citation.pdf>.

Russo, Angela and Jerry Watkins. «New Literacy New Audiences: Social Media and Cultural Institutions, EVA Papers, London Conference 22-24 July 2008, <http://ewic.bcs.org/content/ConWebDoc/20609>.

Sabbagh, Karim [et al.]. «Understanding the Arab Digital Generation.» (Ideation Insight Center, Booz and Co., UAE, 2012), <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Understanding-the-Arab-Digital-Generation.pdf>.

Shafie, Latisha Asmaak, Surina Nayan, and Nazira Osman. «Constructing Identity through «Facebook» Profiles: Online Identity and Visual Impression Management of University

Students in Malaysia.» paper presented at: International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science, JIBES University, Jakarta, 2012).

Shen, Kathy Ning, Angela Yan Yu and Mohamed Khalifa. «Knowledge Contribution in Virtual Communities: Accounting for Multiple Dimensions of Social Presence through Social Identity.» paper presented at: 11th Pacific-Asia Conference on Information Systems, 2007, <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1061&context=pacis2007>.

Smith, Marc A. [et al.]. «Mapping Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters.» Pew Research Center, Washington, DC, 2014, <http://www.pewinternet.org/2014/02/20/mapping-twitter-topic-networks-from-polarized-crowds-to-community-clusters>.

Stenmark, Dick. «The Relationship between Information and Knowledge.» Proceedings of IRIS 24, Ulvik - Norway, 11-14 August 2001, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.21.965&rep=rep1&type=pdf>.

Taekke, Jesper. «Facebook: Networking the Community of Society.» paper presented at: Conference Paper for the 11th Annual International and Interdisciplinary Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR): Internet Research 11.0 – Sustainability, Participation, Action, Gothenburg, Sweden, 21-23 October 2010, <http://pure.au.dk/portal/files/22479566/JT_AIR_paper_2010_final.pdf>.

Tarhini, Dima. «Inside the Arab Bloggers' Minds: Europe, Democracy and Religion: Monitoring Facebook and Arab Blogs from March 1st to May 26th 2011.» (Working Paper, German Institute for International and Security Affairs, Berlin, 2011), <http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/arbeitspapiere/WorkingPaperIL_Tarhini_Dima.pdf>.

Weikum, Gerhrd and Martin Theobald. «From Information to Knowledge: Harvesting Entities and Relationships from Web Sources.» PODS'10, Indianapolis, IN, USA, 6–11 June 2010, <http://people.mpi-inf.mpg.de/~weikum/pods2010-weikum&theobald.pdf>.

Wells, Richard B. «Weaver's Model of Communication and its Implications.» (2 June 2011), <http://www.mrc.uidaho.edu/~rwells/techdocs/Weavers%20Model%20of%20Communication%20and%20Its%20Implications.pdf>.

Whitaker, Joel and Anand Varghese. «Online Discourse in the Arab World: Dispelling the Myths.» United States Institute of Peace, Washington, DC, December 2009, <http://www.usip.org/sites/default/files/arab_world_online_pb.pdf>.

Wilson, Christo [et al.]. «User Interactions in Social Networks and their Implications.» ACM 978-1, EuroSys'09, Nuremberg – Germany, 1–3 April 2009.

Zolhavarieh, Seyedjamal and Molood Barati. «Collision of Knowledge Sharing in Social Networks.» paper presented at: International Conference on Information and Knowledge Management, *International Proceedings of Computer Science and Information Technology* (IPCSIT), vol. 45, 2012.

Theses

Bakhuisen, Nicolette. «Knowledge Sharing Using Social Media in the Workplace: A Chance to Expand the Organizations Memory, Utilize Weak Ties, and Share Tacit Information?.» (Master Thesis, VU University Amsterdam, Department of Communication Science, Amsterdam, Netherland, 2012).

Boyd, Danah. «Faceted ID/Entity: Managing Representation in a Digital World.» (M.Sc. Thesis, Massachusetts Institute of Technology, School of Architecture and Planning, Program in Media Arts and Sciences, USA, 2002).

Denninger, Margaret D. «The Interpretation of Online Identity on «Facebook» and Social Networking Sites.» (Thesis, Faculty in Communication and Leadership Studies School of Professional Studies, Gonzaga University, 2011).

Falkowski, Tanja. «Community Analysis in Dynamic Social Networks.» (Dissertation, angenommen durch die Fakultät für Informatik der Otto-von-Guericke-Universitä Magdeburg, 2009).

Tyson, Jason. «Connecting through Facebook: The Influence of Social Networking on Communication.» (A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of Wake Forest University, Master of Arts in Liberal Studies, Winston-Salem, North Carolina, 2009).

Wang, Jianfeng. «Use of Blogging, Social Networking Sites and Microblogging for Knowledge Sharing, Focusing on Information Management Students in Group Work.» (Master Thesis, University of Sheffield, England, 2011).

Weng, Lilian. «Information Diffusion on Online Social Networks.» (PhD. Thesis, Center for Complex Networks and Systems Research, School of Informatics and Computing, Indiana University, 2014).

Websites

<http://www.arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx#sthash.FJiGpulN.dpuf>.

INSEAD (2013), <http://www.insead.edu/home>.

Internet World Statistics (2014), <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

«Social Media Usage in Middle East-Statistics and Trends.» <http://www.go-gulf.ae/blog/social-media-middle-east>.

World Bank, Knowledge Economic Index, 2013, <http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf>.

فهرس

- ن -

- هـ -

- و -

- ي -